إهداء ..
إلى ابنتي العزيزة
ولاء يحيى
مع أطيب الأماني
في مستقبل باهر
(د. كمال القاضي)

# الاتصال

## الأهمية – الفاعلية – المصداقية


دكتور

**محمد كمال القاضى**

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُم مِّن ذَكَرٍ وَأُنثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا﴾ ﴿١٣﴾

سورة الحجرات ، الآية ١٣

إهداء .....

إلى ذكراه الطيبة ......

وسيرته العطرة .....

إلى أبى " كمال القاضى "

ابنك " محمد "

# تقديم

الاتصـــال ظاهرة اجتماعية إنسانية لا غنى للإنسان عنها منذ ظهور البشرية حتى آخر الزمان .

وتلخـــص الآية الكريمة : "..... وجعلناكم شعوبا وقبائل لتعارفوا " هذه الفكرة وتؤكدها ..........

فالإنسان منذ القدم يسعى نحو الاتصال بالآخرين ، وكانت ومازالـــت نظـــرية " الآخر " الفلسفية هى التي تحكم تصرفات الإنســـان وســـلوكه نحو الآخرين وستظل كذلك إلى آخر الدهر .....

ويتـــناول هذا المؤلف ظاهرة الاتصال الإنساني من عدة وجوه هى:

- مفهوم الاتصال .
- أنواع الاتصال .
- أهمية الاتصال .
- مصداقية الاتصال .
- فاعلية الاتصال .

وبالله التوفيق ،،،،،

المؤلف

القاهرة : إبريل ٢٠٠٢

# محتويـات الكتـاب

## المحتويـات

## مفهوم الاتصال

الاتصال الإنسانى ظاهرة اجتماعية نشأت مع نشوء المجتمعات البدائية فى العصور القديمة ؛ فالاتصال فى مولده كان اتصالا إنسانيا فى مراحله الأولى ؛ إذ كان مقصورا على اتصال الإنسان بذويه ( الزوجة – الأب – الأم – الأخوة – الأولاد ) أى أنه كان محصورا فى نطاق الأسرة الصغيرة ثم فى دائرة العائلة . وبعد فترة من الزمن ، تحول الاتصال من ظاهرة إنسانية إلى ظاهرة اجتماعية شملت دوائر أوسع من دائرتى الأسرة والعائلة ، وأصبح يشمل دوائر : العشيرة – القبيلة – القرية .

وبعد حقبة طويلة من الزمان ومع اختراع وظهور وسائل الاتصال العامة ( الجماهيرية ) ، عرف العالم مفهوم " الاتصال الإعلامى" أو بمعنى آخر " الاتصال الجماهيرى " ؛ وهو الاتصال غير المواجهى الذى يباشره القائم بالاتصال مع أعداد كبيرة من الجماهير عبر وسائل الاتصال الإعلامية ( الصحافة – الإذاعة – التليفزيون – السينما ٠٠٠٠٠٠) .

## أهمية الاتصال

يقول الله – سبحانه وتعالى – فى كتابه الكريم : [1]

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُم مِّن ذَكَرٍ وَأُنثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ﴿١٣﴾

فالتعارف بين البشر هو الفطرة الطبيعية التى خلق الله الإنسان

---

(١) " القرآن الكريم " سورة الحجرات ، الآية (١٣) ، .

عليها: ومنذ فجر الحياة على ظهر المعمورة والإنسان يسعى جاهداً لتحقيق هذا " التعارف " ؛ فالإنسان اجتماعى بطبعه يميل إلى الاتصال بغيره من البشر ، فالشخص الذى كان يسكن سفوح الجبال والهضاب كان يسعى إلى تسلقها ليكتشف من يسكنها ، ويتصل ويتعارف ويتحاور أحيانا ، ويتصارع أحيانا أخرى، كذلك سكان القرى والمدن على شواطئ الأنهار والبحار والمحيطات ، كان السؤال الحيوى والمُلِح والدائم لديهم : من الذى يسكن على الضفة المواجهة من النهر ؟ أو على الناحية الأخرى من البحر ؟ أو خلف هذا المحيط الهائل ؟

وكانت حاجة الإنسان إلى الاتصال ودوافعه النفسية والاجتماعية هى الملهم الأساسى فى اختراع الإنسان وسائل الاتصال لتسهل عليه عمليات الاتصال ؛ فبدأ - فى أول الأمر - يستخدم الأدوات الطبيعية المتاحة لديه فى إتمام عمليات الاتصال مع الآخرين مثل: النار والدخان والطبول والإشارات والرايات ، وهذه الوسائل تعد - حاليا - من الوسائل التقليدية والبدائية ، إلا أنها - فى وقتها - كانت وسائل حديثة ومتقدمة . وكانت المجتمعات الأخرى التى لم تكن تستخدم هذه الوسائل تنظر إلى المجتمعات التى تستخدمها نظرة إعجاب باعتبار أنها مجتمعات راقية ومتطورة ! ...

وبناء عليه ، اخترع الإنسان القوارب ثم المراكب ؛ فالسفن ليتغلب على العائق المائى ( النهر - البحيرة - البحر - المحيط ) ويعبره إلى ما وراءه ، ليتعارف ويتصل مع الآخرين . ثم بدأت اختراعات وسائل

الاتصال الأخرى تتوالى: التلغراف – التليفون – الإذاعة – السينما – التليفزيون ، وأخيرا الإنترنت .

وكانت وسائل الاتصال التقليدية تحتل أهمية خاصة لدى المجتمعات التقليدية لسببين اثنين :

الأول : أنها كانت تقرب المسافات بين الناس :

فالدخان والنار والطبول والرايات " كلغة تخاطب واتصال" كانت تغنى الإنسان عن التنقل من مكان إلى مكان .

الثانى : أنها كانت بمثابة المترجم بين البشر :

فتعدد اللهجات واللغات بين العشائر والقبائل كان يشكل " عقبة لغوية " كبيرة . ولم تكن " الترجمة " – كعلم وممارسة – معروفة بعد ، فكانت وسائل الاتصال – بما تتضمنه من رموز اتصالية تعارف الإنسان عليها بمرور الوقت – هى البديل الطبيعى للترجمة ، فكانت دقات الطبول المتعارف عليها وموجات الدخان المتصاعدة بطريقة معينة وحركات الرايات وألوانها تشكل لغة عالمية للحوار والاتصال بين الناس على اختلاف لغاتهم ولهجاتهم وتعدد مشاربهم وبيئاتهم وتباين أفكارهم ومعتقداتهم .

والاتصال الإنسانى بين البشر – منذ بدء الخليقة – كان له وجهان متناقضان ومتعارضان فى آن واحد :

**الوجه الأول : إيجابى ومشرق :**

وهو التعارف والتفاهم والتعاون بين الناس .

**الوجه الثانى : سلبى ومعتم :**

ويمثله التنافس والصراع والحروب والقتال بين الناس بدافع السيطرة والاحتواء وبسط النفوذ ، ثم تطور هذا الصراع البشرى إلى شكل حديث وهو " الاستعمار العسكرى " الذى ظهر فى نهاية القرن العشرين . والذى تحول إلى " الاستعمار الاقتصادى والثقافى " فى العصر الحديث .

ولم يصل الإنسان أبدا إلى مرحلة " الاكتفاء الاتصالى " ، فبعد أن اخترع العديد من وسائل الاتصال الحديثة التى جعلت العالم بمثابة " قرية صغيرة " حفظها عن ظهر قلب حتى إنه لم تعد هناك بقعة صغيرة على وجه الأرض إلا وضمها الإنسان إلى حظيرة " الاتصال الإنسانى " ، بدأ – بعد هذا كله – يتجه ببصره نحو الكون الفسيح بغية الاتصال مع كائنات أخرى تسكن كوكبا مماثلا للأرض . وتحقيقا لهذا السراب العلمى أنفقت الدول المتقدمة ولا سيما الولايات المتحدة الأمريكية – ومازالت تنفق – المليارات من الدولارات لاستكشاف الفضاء الخارجى ومحاولة العثور على كائنات عاقلة تقطن أحد ملايين الكواكب بأحد آلاف المجرات الكونية ...

**أهمية الاتصال لحياة الجماعة :[٣]**

وضع ( جون ديوى ) ثلاثة أسباب أساسية لأهمية الاتصال لحياة الجماعة هى:

---

[٣] محمود يوسف مصطفى ، العلاقات العامة والإعلام في الإسلام ، المملكة العربية السعودية ( جدة ) : مكتبة مصباح، ١٩٨٩.

١) أن وجـود المجـتمع – ومـن ثـمَّ اسـتمراره – مـتوقف عـلى نقـل عادات العمل والتفكير والشعور من الكبار إلى الناشئين ، ولا يمكن للحياة الاجتماعية أن تدوم بغير هذا النقل الشامل للمثل العليا والأماني والقيم والآراء من الأفراد الراحلين عن حياة الجماعة إلى أولئك الوافدين عليها .

٢) أن الـناس يعيشـون جماعـة بفضـل مـا يشـتركون فـيه مـن أهـداف وعقائد وأمانٍ ومعلومات ، والاتصال هو وسيلة اكتسابهم إياها .

٣) أن الاتصال يؤدى إلى زيادة خبرات الأفراد فتتسع خبرة كل فرد عن طريق الخبرة التي يود كل طرف منهم أن يشرك زميله فيها .

وخلاصة القول في هذا التمهيد أن قصة تطور ظاهرة الاتصال الإنساني مـن المكونات الأساسية لقصة تطور الحضارة الإنسانية ؛ فقد كان الاتصال – فـي فجـر الحـياة – بسـيطا وسـهلا كبسـاطة الحـياة وسـهولتها، إذ كـان الإنسان يمارس الاتصال في حدود بشرية ضيقة ، وفي مساحات جغرافية قليلة ، وفي موضوعات بسيطة ، وفي سبيل تحقيق غايات متواضعة ، ثم تطور الاتصال مع تطور الحضارة الإنسانية وتطور رموز التفاهم وأدوات التخاطب ووسائله ، إلى أن استخدم الإنسان " اللغة المكتوبة " منذ حوالي مـن ستة إلى سبعة آلاف سنة في العصر الفرعوني . وقد كان الفضل في ذلك لسيدنا " إدريس " – عليه السلام – إذ كان أول إنسان على وجه الأرض يمسك بالقلم ويستخدم اللغة المكتوبة ، وكان عالما مُلِمًّا بأسرار الكون والعالم .[٣]

---

[٣] سميح عاطف الزين ، قصص الأنبياء في القرآن الكريم ، لبنان ( بيروت ) : دار الكتاب اللبناني ، ١٩٨٨ .

**المعنى اللغوى للاتصال :**

يختلف المعنى اللغوى للاتصال فى اللغة العربية عن معناه فى غيرها من اللغات ، وذلك على النحو التالى :

أ) المعنى اللغوى للاتصال فى اللغة العربية :

كلمة وصل – فى المعجم الوجيز – تعنى ما يلى :

- ( وصل ) الشيء : يصله وصلا ، ووصّله أى ضمه إليه وجمعه .
- (أوصله) أى أنهاه وأبلغه إياه .
- (واصله) أى اتصل به ولم يهجره .
- (اتصل) الشيء بالشيء أى التأم وصار موصولا به.
- (توصل) إليه أى انتهى إليه وبلغه .
- **( الاتصال )** وسائل الاتصال الجماهيرى وهى الطرق التى يمكن بها إيصال فكرة أو رأى إلى عدد كبير من الناس المنتشرين فى أماكن بعيدة متفرقة مثل الصحافة والإذاعة .

ب– المعنى اللغوى للاتصال فى غير العربية :

كلمة اتصال تعنى باللغة الإنجليزية ( Communication ) وهى مشتقة من أصلها اللا تينى (Communis) ومعناها شائع أو عام أو مألوف أى النشاط الإنسانى الذى يهدف إلى تحقيق العمومية والمألوفية لموضوع أو قضية أو مسألة ما .

**المعنى الاصطلاحى للاتصال :**

اختلف علماء الإعلام حول مفهوم الاتصال اختلافاً كبيرا ، ونورد فيما يلى أهم تعريفات الاتصال :

**د. سمير حسين :**

" الاتصال هو النشاط الذى يستهدف تحقيق العمومية أو الذيوع أو الانتشار أو الشيوع أو المألوفية لفكرة أو موضوع أو منشأة أو قضية ، عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات ؛ باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين ".[٤]

**شانون ، وويفر :**

" الاتصال هو كافة الأساليب والطرق التى يؤثّر بموجبها عقل فى عقل آخر باستعمال رموز ".[٥]

**كارل هو فلاند :**

" هو عملية يقوم بمقتضاها المرسل بإرسال رسالة لتعديل سلوك المستقبل أو تغييره ".[٦]

**ولبور شرام :**

" الاتصال هو المشاركة فى المعرفة عن طريق استخدام رموز تحمل معلومات ".[٧]

---

[٤] سمير محمد حسين ، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأى العام ، القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٨٤ .

[٥ : ٧] عاطف عدلى العبد ، الاتصال والرأى العام ، القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٩٣ .

**د. عاطف العبد :**

" الاتصال هو نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات من طرف إلى آخر من خلال عملية ديناميكية مستمرة ليس لها بداية أو نهاية ".[٨]

**كلود شانون : "Claude shanon "**

يعرف كلود شانون الاتصال ويحدد عناصره من خلال تشبيهه بالإتصال الهاتفى . حيث تكون عناصر الإتصال مؤلفه من[٩]:

أ- المرسل **Emetteur**

ب- الرسالة **Message**

ج- المستقبل **Recepteur**

د- القنن ( الكود ) **Code**

هـ- القناة **Canal**

وتماما كما يجرى فى المكالمة الهاتفية يجرى في عملية الإتصال . إذ يكون كل واحد من طرفى الإتصال مرسلاً ومستقبلاً في الوقت ذاته . مما يستتبع ضرورة اعتماد كلا الطرفين لذات القنن ولذات القناة . وعملية الإتصال تقتضى وجود سيروره تأثر وتأثير متبادلة ( بين أطراف الإتصال ) وإلا انعدمت مبررات هذا الإتصال .

---

(٨) عاطف عدلى العبد ، المرجع السابق .

(٩) عبد الفتاح محمد دويدار ، سيكولوجية الاتصال والإعلام ، الإسكندرية : دار المعرفة الجامعية ، ١٩٩٦ .

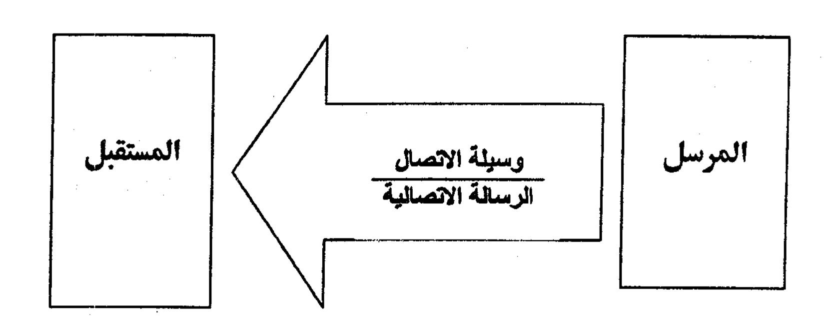
## ديناميكية عملية الاتصال

الاتصال حركة ديناميكية تتكون من خمسة عناصر أساسية يمكن التعبير عنها بخمسة أسئلة تقليدية هي :

- من يقول ؟ ( المصدر ) .
- لمن يقول ؟ ( المرسل إليه – المستقبل ) .
- ماذا يقول ؟ ( الرسالة الاتصالية ) .
- بأي وسيلة ؟ ( وسيلة الاتصال ) .
- ولأي هدف ؟ ( التأثير الاتصالي ) .

والشكل التالي يوضح " العملية الاتصالية " بين شخصين :

[الشكل رقم (١) : العملية الاتصالية ]




وهذا الشكل الاتصالي هو أبسط أشكال الاتصال في المجتمع ؛ إذ أن الاتصال الإنساني لا يتم دائماً بين مرسل واحد ومستقبل واحد ، وفي وقت واحد ، وبصدد مناسبة واحدة ، كما أنه لا يتم على هذه الصورة البسيطة ؛ فالاتصال الإنساني أكثر تعقيداً وتشابكاً؛ فهو يتم –غالباً–

بين عدة أطراف ( مرسلين – مستقبلين – وسطاء ) ، وفى أوقات متعددة ومعاصرة ، وفى مناسبات مختلفة .

وتأسيساً على ذلك ، فإنه لا يمكن تعميم شكل واحد لكل أنواع الاتصال.....

**فمن حيث الكم :**

تختلف أشكال ونماذج الاتصال الفردى عن الاتصال الجمعى من ناحية وعن الاتصال الجماهيرى من ناحية أخرى .

**ومن حيث الكيف :**

تختلف أشكال الاتصال ونماذجه حسب موضوعاته ومجالاته :
الاتصال الثقافى – الاتصال التعليمى – الاتصال السياسى – الاتصال الانتخابى – الاتصال الدينى .... إلخ .

ويجب التفرقة بين الاتصال بالمعنى الشكلى من ناحية والاتصال بالمعنى الموضوعى من ناحية أخرى ؛ فهذه التفرقة على قدر كبير من الأهمية العلمية والعملية معاً...

**الاتصال بالمعنى الشكلى :**

الاتصال بالمعنى الشكلى هو :
توجيه الرسالة الاتصالية من القائم بالاتصال إلى المستقبل أو المستقبلين فى وسط اتصالى معين ، بغض النظر عن رد الفعل الاتصالى من جانب المتلقين .

فهو – في عبارة موجزة – : اتصال دون نتيجة أو دون أثر إيجابي، فهو مجرد الاتصال.

ومن ثم ، يمكن القول : إن أركان عملية الاتصال الشكلي هي :

١ – القائم بالاتصال .

٢ –وجود وسط اتصالي .

٣ –الرسالة الاتصالية .

٤ –وجود أو حضور المتلقين .

**١– القائم بالاتصال :**

هو مُعد أو صاحب أو ناقل الرسالة الاتصالية ، والرسالة الاتصالية قد يعبر عنها مصدر الاتصال بنفسه ( اتصال شخصي مباشر ) ، أو قد يكون عبر الناقل أو الوسيط الذي يمثله ( اتصال عام غير مباشر ) ؛ فالمحاضر – مثلا – أو شيخ الجامع هو مصدر الرسالة الاتصالية وهو المعبر عنها في ذات الوقت دون وسيط ، أما المذيع " بالإذاعة أو التليفزيون " فهو – في غالب الأحيان – لا يعبر عن نفسه ، وإنما يعبر عن وجهة نظر مالك الوسيلة الإعلامية أو مُعد البرنامج أو المخرج ، وبالتالي فهو مجرد ناقل أو وسيط بين المرسِل من جانب والمتلقين من جانب آخر .

**٢ – الوسط الاتصالي :**

هو المحيط الذي يجمع بين القائم بالاتصال من جانب والمتلقين للاتصال من جانب آخر .

وقد يكون هذا الوسط الاتصالي :

- مباشراً :

ومثاله التعليم عبر " الإنترنت " أو البرامج التليفزيونية الحية التى يتاح فيها تلقى ردود فعل المتلقين عبر وسائل الاتصال المتاحة ( التليفون – الإنترنت – البريد الإليكترونى ) .

- غير مباشر :

وهو الاتصال الذى تنعدم فيه ردود أفعال المتلقين ، ومثاله التعليم عبر البرامج التليفزيونية المسجلة ، أو عبر الأشرطة المسجلة، أو عبر وسائل الاتصال الجماهيرية ( الصحف – المجلات – الإذاعة – السينما – التليفزيون).

**٣-الرسالة الاتصالية :**

وهى محتوى أو مضمون الاتصال .

ويمكن النظر إلى محتوى ( مضمون الاتصال ) من منظورين :

- المنظور المادى :

الكلمات والجمل ، وأشكالها ، وأنواعها ، والألفاظ المستخدمة .

- المنظور المعنوى :

المفاهيم والمعانى التى تعبر عنها الكلمات والجمل والألفاظ ، ومدى استيعاب المتلقى للمدلول اللفظى والمعنى الحقيقى للكلمات والألفاظ التى يقصدها المرسل ؛ إذ قد يفهم المتلقى معاني الكلمات على نحو مغاير لما يقصده المرسل ، وقد يستقبلها

متلقٍ " ثانٍ " بمعنى ثالث ومتلقٍ " ثالث " بمعنى رابع .....
وهكذا.
وهذا هو ما يعرف بمشكلة " الإطار الدلالى " ......

**٤- وجود / حضور المتلقين :**

تكتمل حلقة الاتصال الشخصى بوجود / حضور المتلقى أو المتلقين؛ فبمجرد حضور ووجود المتلقي أو المتلقين فى مواجهة المرسل يتوفر العنصر المتمم لعملية الاتصال الشكلى ، بغض النظر عن رد فعل المتلقين للرسالة الاتصالية .

**الاتصال بالمعنى الموضوعى :**

هو الاتصال الإيجابى الذى يؤتى ثماره المرجوة . وبالتالى ، فإن الاتصال الموضوعى يتكون من خمسة عناصر أساسية هى :

١- القائم بالاتصال .
٢- وجود وسط اتصالى .
٣- الرسالة الاتصالية .
٤- وجود / حضور المتلقين .
٥- الأثر الإيجابى للاتصال .

فالأثر الإيجابى للاتصال هو الفارق الوحيد بين الاتصال بالمعنى الشكلي والاتصال بالمعنى الموضوعى .......

- **الأثر الإيجابى للاتصال :**

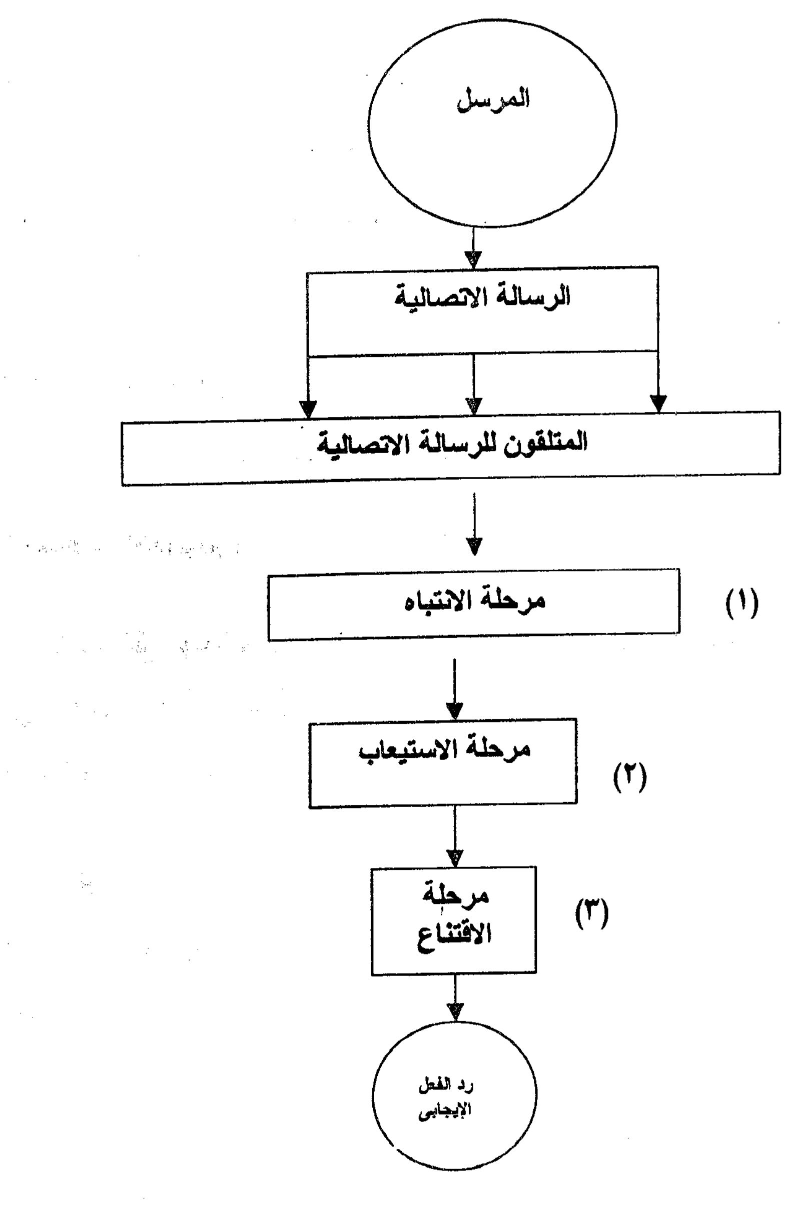
هو تحقق كل أو بعض أهداف الاتصال كما يريدها مرسل الرسالة الاتصالية ؛ فهو ليس مجرد رد الفعل الاتصالي فى حد ذاته ، ولكنه – فى حقيقة الأمر – رد الفعل الإيجابى الناجم عن تأثر المتلقى واقتناعه بالرسالة الاتصالية على النحو الذى يهدف إليه المرسل .

**أنواع رد الفعل الإيجابى فى العملية الاتصالية :[التدرج الاقناعى الاتصالى]**

تتدرج مدى تأثير رد الفعل الإيجابى الناتج عن العملية الاتصالية طبقا للتدرج المعرفى التالى :

- مرحلة الانتباه إلى المرسل ، والالتفات إلى رسالته الاتصالية .
- مرحلة فهم الرسالة الاتصالية وإدراك معانيها ومقاصدها ( على النحو الذى يريده المرسل ) .
- مرحلة الاقتناع بمضمون الرسالة الاتصالية . وقد يكون هذا الاقتناع أوليا ، أو عن طريق تغيير الاتجاهات الفكرية ، أو تعديلها ، أو إبدالها.
- مرحلة التأثير الإيجابى أو رد الفعل " المادى " الناجم عن الاقتناع الفكرى بمحتوى الرسالة وأهميتها وأهدافها .

( انظر الشكل رقم ( ٢ ) : مراحل الاتصال الإيجابى الأربعة أو التدرج الإقناعى الاتصالى ) .




**الشكل رقم ( ٢ )**

**التدرج الإقناعى الاتصالى ( الهرم الإقناعى )**

ويلاحظ من هذا الشكل التوضيحى " للاتصال الإيجابى " الملاحظات التالية :

- **التدرج الهرمي :**

إن الهدف النهائى للمرسل لا يتحقق دفعة واحدة ، وإنما – كى يؤتى ثماره – لابد أن يمر بعدة مراحل متعاقبة حتى يصل إلى غايته الإقناعية ، وهى مراحل :

[ الانتباه – الفهم – الإدراك – الاقتناع ]

- **التناقص التدريجي :**

لا يتحقق الهدف النهائى للمرسل بالنسبة إلى( كل ) المتلقين أو حتى ( أغلبهم ) ؛ لأن أعداد المتلقين تتناقص – تدريجيا – خلال مراحل التأثير الاتصالى الأربعة حتى تصل إلى عدد غير كبير من المتلقين .

وتتوقف شدة الاتصال – بمعنى التأثير الإيجابى لأعداد المتلقين الذين يصدر عنهم رد الفعل الإيجابى – على عدة عوامل من أهمها :

١- المدخل الاتصالى .
٢-شخصية المرسل وصفاته .
٣-المرجعية المعرفية للمتلقين نحو موضوع الرسالة .
٤-صدق الرسالة الاتصالية .
٥-حياد الرسالة الاتصالية .
٦-موضوعية الرسالة الاتصالية .

٧- قوة وسيلة الاتصال .

٨- كفاءة أسلوب الاتصال .

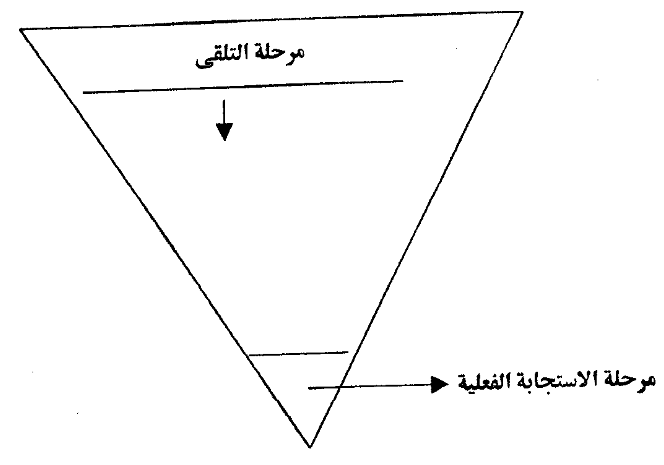
٩- شدة الاستمالات وتأثيرها على المتلقى ( الاستمالات العقلية أو العاطفية أو النفسية ) .

(١٠) الاحتياج المعرفى أو المادى لمحتوى الرسالة .

- **الإقناع :**

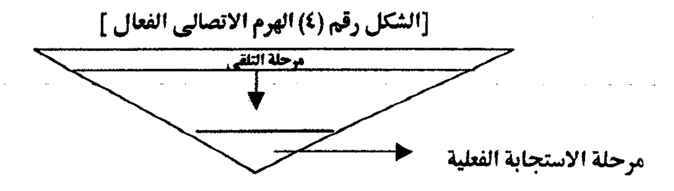
يمكن أن يتسع الفارق بين المرحلتين الأولى والأخيرة اتساعا كبيرا، إذ يمكن أن يكون عدد المتلقون مليون شخص في حين يحقق الاتصال هدفه من خلال مائة شخص فقط ، وهم الذين يصدر عنهم رد الفعل الايجابى الذي يسعى إليه القائم بالاتصال ، وبالتالى يكون الهرم الاتصالى هنا طويلا لبعد المسافة بين المرحلة الأولى ( مرحلة التلقى ) والمرحلة الأخيرة ( مرحلة الاستجابة الفعلية ) ، كما هو واضح من الرسم التالى :

[الشكل رقم (٣) الهرم الاتصالى " الضعيف " ]



**وفـى حـال الهـرم الاتصـالى " القـوى " حيـث تقـل المسـافة بـين المرحلة الأولى ( مرحلة التلقى ) والمرحلة الأخيرة ( مرحلة الاستجابة الفعلية ) . فإذا ما تصورنا – مثلا – أن عدد المتلقين يبلغ عشرة آلاف فرد وأن عدد من صدرت عنهم الاستجابة الفعلية ألف شخص فإن الاتصال هنا يوصف بأنه اتصال فعال أو اتصال قوى ، كما هو واضح من الشكل التالى :**

[الشكل رقم (٤) الهرم الاتصالى الفعال ]



## مهارات الاتصـال

يتوقف الاتصال الفعال أو الاتصال الايجابى القوى على مجموعة من المهارات يجب أن تتوفر بقدر كبير لدى القائم بالاتصال ، ولذلك يطلق عليها مسمى " مهارات الاتصال " وهذه المهارات هى :

- مهارة التخاطب ( الحديث – الاستماع )
- مهارة المعرفة ( القراءة – الكتابة )
- مهارة الإقناع
- مهارة التأثير
- مهارات المراسم الاجتماعية

وسوف نتناول بالتفصيل هذه المهارات الاتصالية لاحقا .......

**الفرق بين وسيلة الاتصال وأسلوب الاتصال وتكنيك الاتصال :**

- **وسيلة الاتصال :**

هى القناة التى يمرر من خلالها المرسل رسالته الاتصالية إلى المتلقى أو المتلقين ( قناة مقروءة أو مسموعة أو مرئية ) .

- **أسلوب الاتصال :**

هو كيفية استخدام المرسل لقناة الاتصال .
ويمكن تحديد عناصر أسلوب الاتصال فيما يلى :

- مهارات الاتصال وفنونه .

- أشكال أسلوب الاتصال .
- المفردات الإقناعية فى الاتصال .
- قـوة الأسـلوب الاتصـالى ( القـوة الذاتـية – القـوة الابـتكارية أو المستحدثة) .

**أمثلة تطبيقية :**

❖ التليفزيون وسيلة اتصالية تستخدم أساليب اتصال متنوعة من بينها : الأخبار – الدراما – المنوعات – الإعلان .

❖ الإذاعة وسيلة اتصالية تستخدم أيضا أساليب اتصال متعددة من بينها : البرامج – المنوعات – الأحاديث .

❖ الصحافة وسيلة اتصالية تستخدم أساليب اتصالية متباينة من أهمها : المقال – التحقيق – الكاريكاتير .

- **تكنيك الاتصال :**

هو فن صياغة الأسلوب الاتصالى أو هو مهارات تنفيذ وإخراج الرسالة الاتصالية على نحو يحقق أهداف العملية الاتصالية .

**خطوات الاتصال :**

العملية الاتصالية بين القائم بالاتصال من ناحية والمتلقين للرسالة الاتصالية من ناحية أخرى تمر بثلاث خطوات رئيسة هى :

**الخطوة الأولى :**

هى أن يستخدم القائم بالاتصال الوسيلة الاتصالية المناسبة كي تحمل رسالته الاتصالية إلى متلقى الاتصال " التليفزيون – الإذاعة – الصحافة ".

**الخطوة الثانية :**

هى اختيار الأسلوب الاتصالى الملائم كى يعبر – بوضوح – عن مفهوم الرسالة الاتصالية كما يريدها القائم بالاتصال والتى تتناسب مع البيئة الثقافية للقائمين بالاتصال " المقال – الحديث – التحقيق ٠٠٠ إلخ " .

**الخطوة الثالثة :**

وتتمثل فى طريقة صياغة الأسلوب الاتصالى أى : التكنيكات الاتصالية " .

**مثال (أ) :**

إذا ما اعتبرنا أن الصحيفة هى وسيلة الاتصال ، وأن المقال هو الأسلوب الاتصالى المختار ، فإن كيفية تحرير المقال هو " التكنيك الاتصالى " وتتمثل عناصره فى :

[ معانى الكلمات – البلاغة – القوة الإقناعية – تراكيب الجمل – قوة المقال ٠٠ إلخ ] .

**مثال (ب)**

فـــى حـــال أن التلـــيفزيون هـــو وســـيلة الاتصـــال وأن التحقـــيق التليفزيونى هـو أسلوب الاتصـال فإن المهارة فى إعداد وإخراج وتنفيذ التحقيق التليفزيونى هو " تكنيك الاتصال " وعناصره المهمة هى :

[ فـن الحـوار – الإخراج – المهارة فى صياغة الأسئلة – المهارة فى إدارة الحوار ...إلخ ] .

## نشأة علم الاتصال

يعد علم الاتصال الاجتماعى من أقدم العلوم الإنسانية ؛ إذ يرجع تاريخه إلى أبعد من ٢٥٠٠ سنة . ويُعد ( كوراكس Corax ) اليونانى أول من وضع نظرية علمية فى علم الاتصال ، ثم قام تلميذه ( تسياس Tisias) بتطوير هذه النظرية . وكان محور هذه النظرية هو " أسلوب المرافعة أمام المحاكم " الذى يعتمد على التأثير والإقناع باعتبار أن أسلوب الإقناع يعد من أهم الفنون التى تعتمد على الموهبة والخبرة .

ثم تابع تطوير نظرية الاتصال بعد ذلك كلٌ من " أفلاطون " وتلميذه " أرسطو " ( ٣٨٥ – ٣٢٢ ق . م ) ؛ إذ يعتبران من مؤسسى الدراسات الأولية لعلم الاتصال .[١٠]

ولم يتطور " علم الاتصال " – كعلم نظرى – فى العصور الوسطى فى أوربا ، ولكن بدأت الاختراعات الأولى لوسائل الاتصال عندما خرجت للوجود أول مطبعة فى العالم ( فى ألمانيا ) وعندما ظهر أول كتاب مطبوع فى العالم عام ١٤٥٥م فى ألمانيا أيضا . ثم ظهر اختراع الراديو عام ١٨٨٦ م فى الولايات المتحدة الأمريكية . وبعد ظهور الصحافة والراديو بدأ علم الاتصال يتطور ويتضمن أفكارا جديدة مثل " الاتصال غير المباشر – الاتصال الجماهيرى – الاتصال خارج الحدود " ، ثم وُلدت السينما عام ١٨٩٥م فى فرنسا ، ومن بعدها بدأت المقدمات

---

[١٠] محمود عبد الرءوف كامل ، ونجيب الحصادى ، مقدمة فى علم الإعلام والاتصال بالناس ، القاهرة : مكتبة نهضة الشرق ، ١٩٩٥ ، نقلا عن برنت روين ، الاتصال والسلوك الإنسانى .

الأولية لاختراع التليفزيون عام ١٩٢٣ .م فى ألمانيا والولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا فى وقت متزامن إلى أن طُرِح التليفزيون للجمهور كأداة اتصال إعلامية عام ١٩٤١.م فى الولايات المتحدة الأمريكية، ثم فى أوربا فى فترة الخمسينات . وفى إثر ذلك ظهرت أفكار أخرى فى علم الإعلام مثل " الاتصال عبر القارات – نظريات الاتصال الإعلامى – حارس البوابة – التدفق الإعلامى – التشويش الإعلامى " .

وفى ١٩٦٩ .م ظهرت وسيلة " الإنترنت " ، وفى ظل ذلك تطور علم الاتصال مرة أخرى وتضمن أفكارا جديدة مثل : " الاتصال الإلكترونى".

ومن العلماء العرب الذين أسهموا فى تطوير علم الاتصال العالم العربى " ابن خلدون " .

**نظرية الاتصال عند ابن خلدون :[11]**

تتكون النظرية الاتصالية عند ابن خلدون من ثلاثة عناصر هى :

**أ- المرسِل :**

الذى يجب – من وجهة نظره – أن يتصف بالصدق والأمانة وعدم التحيز .

[11] زيدان عبد الباقى ، وسائل وأساليب الاتصال فى المجالات الاجتماعية والتربوية والإدارية والإعلامية ، القاهرة : مكتبة النهضة المصرية ، ١٩٧٩ .

**ب- المستقبل :**

**يجب أن يتوفر فى المستقبل الذكاء الاجتماعى والثقافة اللازمة والتى تعينه على فهم مدلول رسالة المرسل .**

**ج- الرسالة الاتصالية :**

**يجب أن يتوافر فى الرسالة الاتصالية :**

**[ الحقيقة – الدقة – الوضوح ]**

## شروط الاتصال

**لابد وأن تتوفر فى العملية الاتصالية أربعة شروط أساسية لا يتحقق الاتصال إلا بتوافرها جميعا وهى :**

**(١) طرفا الاتصال . (٢) الإطار الدلالى .**

**(٣) نتيجة الاتصال . (٤) التعبير الاتصالى .**

**[ أنظر الشكل رقم (٥) ]**

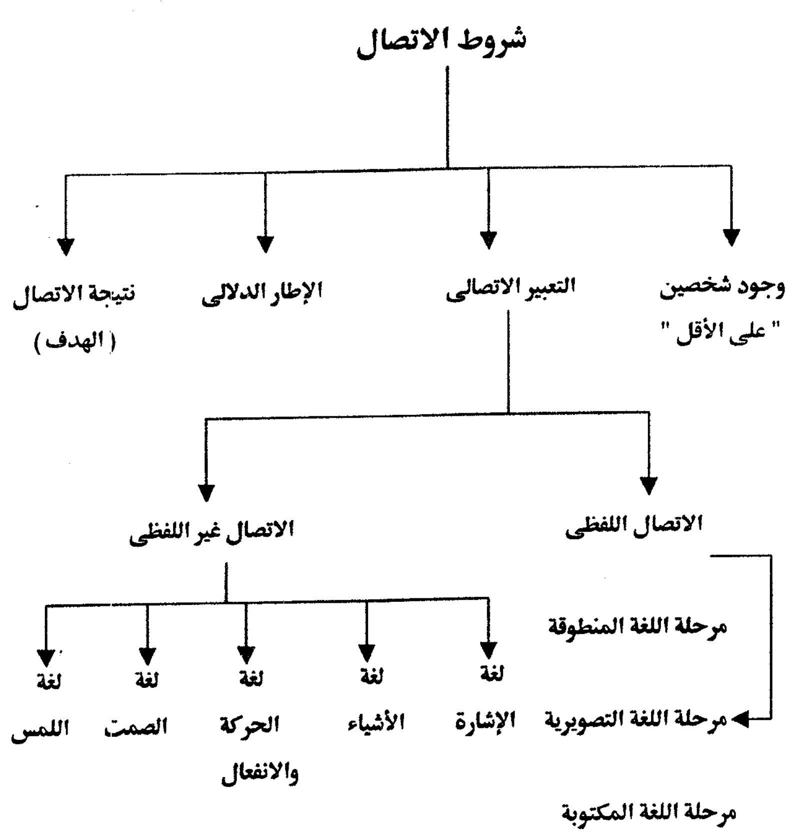
**وفيما يلى عرض لشروط العملية الاتصالية :**

**أولا : أطراف العملية الاتصالية :**

**لابد وأن تتكون العملية الاتصالية من شخصين على الأقل ، فالاتصال يقوم – دائما – على العلاقة بين ( فردين أو أكثر ) .**

**وبناءً على ذلك فإن التصنيف الاتصالى القائم على مقولة " الاتصال الذاتى " غير مقبول منطقيا فالإنسان لا يتصل مع ذاته بل يتصل مع شخص آخر ، ولعل المقصود بعبارة " الاتصال الذاتى " هو اصطلاح " التفاعل الذاتى " فالنفس البشرية تتفاعل مع ذاتها وفقا لنظريات علم النفس ولكنها لا تتصل مع ذاتها وفقا لنظريات الإعلام ، فهناك فارق كبير**

بين " التفاعل الذاتي " كمفهوم من مفاهيم علم النفس ، و " الاتصال البشرى " كمفهوم من مفاهيم علم الاتصال . الأول ذاتي داخلي والثاني شخصي خارجي ، وبناءً على ذلك لابد وأن تتضمن العملية الاتصالية شخصين على الأقل .




[ الشكل رقم (٥)شروط الاتصال ]

**عدم دقة مفهوم " الاتصال الذاتي " :**

تبين مما تقدم أن الاتصال الإنساني يلزم لتحقيقه وجود شخصين – على الأقل – وبالتالي لا يمكن الحديث عما يسميه البعض " الاتصال الذاتي "، إذ يرى الكثيرون من علماء الإعلام أن " الاتصال الذاتي " نوع من أنواع الاتصال وهو ترجمة لعبارة [ INTER PERSONAL ] .

وفي رأينا أن ما يطلق عليه – تجاوزا – " الاتصال الذاتي " يقصد به " التفاعل الذاتي"[ Self Reaction ] ؛ فهو عملية ذاتية تتم داخل الإنسان و تدخل في نطاق علم النفس ونظرياته والتي تتحدث عن ( الدوافع – البواعث – درجات النفس البشرية ومستوياتها ، وتصنيفاتها – الرغبات المكبوتة – الصراع النفسي الداخلي ... إلخ ، النظريات التي تغوص في النفس البشرية ) . و" الاتصال الذاتي " – بهذا الشكل – بعيد كل البعد عن " علم الاتصال " ولا يمت إليه بأية صلة ، ولكن عندما ينتج عن هذا " التفاعل الذاتي الداخلي " تعبيرات خارجية ( لفظية أو غير لفظية ) فإن " الاتصال الذاتي " يخرج من دائرة علم النفس ويصبح من اختصاص " علم الاتصال " .

لذا لا يمكن القول على الإطلاق – من وجهة نظر علم الإعلام على الأقل – إن الإنسان يحدث نفسه ! أو أن الإنسان يجرى اتصالا مع نفسه ! ، أو أن يكون الإنسان هو القائم بالاتصال والمتلقي للاتصال في آن واحد ؛ فعلم الإعلام لا يقبل فكرة أن يكون الفرد الواحد مرسلا ومستقبلا في نفس الوقت ! ؛ إذ أن " التفاعل الذاتي " داخل الإنسان يخرج تماما عن مدلول نظريات الإعلام التي تتضمن – فضلا عن المرسل

والمستقبل – وسيلة الاتصال وأسلوب الاتصال ، إذن لا يمكن الحديث عن وسيلة الاتصال أو أسلوب الاتصال فى حالات " التفاعل الذاتى " أو ما يطلق عليه البعض – تجاوزا – " الاتصال الذاتى "... .

**ثانيا : الإطار الدلالى :**

يجب أن يتفق كلٌ من المرسِل والمستقبل على معانى الكلمات والألفاظ والعبارات وأن تكون دلالة الألفاظ والكلمات ومعانى العبارات واحدة لدى كلٌ من المرسِل والمستقبل ، وإذا كان هناك مجموعة من المتلقين ( المستقبلين ) للرسالة الاتصالية فإنه يجب أن يدركوها ويفهموها جميعا بمعنى واحد ، فإذا كانت دلالة الكلمات والعبارات مختلفة عند المتلقين وفهم بعضهم معناها على وجه ، وأدرك البعض الثانى معنى مختلفا وفسرها البعض الثالث على نحو مغاير ، فإن الاتصال يكون قد فقد شرطاً من شروطه الجوهرية ؛ وهو ضرورة توفر الإطار الدلالى للرسالة الاتصالية بين المرسل والمستقبل .

**ثالثا : نتيجة الاتصال :**

أى الأثر الإيجابى للاتصال ، وهو تحقيق الهدف المراد من العملية الاتصالية كما يريده القائم بالاتصال ، ويتمثل هذا الشرط ( نتيجة الاتصال ) فيما يطلق عليه " رد الفعل الاتصالى " أو " رجع الصدى " أو " التغذية المرتدة " أو " إياب الاتصال " أو " **Feed Back** " .

أمثلة لنتيجة الاتصال أو الأثر الإيجابى للاتصال :

❖ استيعاب الطلاب للمحاضرة التى يلقيها الأستاذ .

❖ استجابة المستهلكين للإعلان وإقبالهم على شراء أو اقتناء المنتج المعلن عنه .

❖ اقتناع المتلقين بالدعاية الموجهة إليهم وتقبلهم للأفكار الجديدة التى تستهدفها الدعاية .

❖ تحيز الجمهور للوسيلة الإعلامية الموجهة إليه ومواظبتهم على مشاهدتها أو سماعها أو قراءتها .

**رابعا : التعبير الاتصالى :**

عندما يتخاطب (أ) مع (ب) فإن رسالة (أ) الموجَهة إلى (ب) لابد أن تأخذ شكل " التعبير الاتصالى " .

ويضيف علماء الاتصال التعبير الاتصالى إلى نوعين من التعبير :

أ- الاتصال اللفظى .

ب- الاتصال غير اللفظى .[١٢]

وفيما يلى عرض لكل شكل منهما من أشكال التعبير الاتصالى :

**أ- الاتصال اللفظى :**

وهو اللغة التى يستخدمها القائم بالاتصال فى صياغة رسالته الاتصالية إلى المتلقى للاتصال .

---

[١٢] حسن عماد مكاوى ، وليلى حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، ١٩٩٨

**مراحل تطور اللغة :**

مرت اللغة البشرية – في عمومها – بعدة مراحل تاريخية يمكن إجمالها فيما يلي :

**١) مرحلة اللغة المنطوقة :**

وهي المشافهة ؛ حيث لم تكن الكتابة قد عُرفت بعد ، وكان الاتصال البشري بين الناس يتم عن طريق المشافهة ، وهي اللغة المنطوقة وليست اللغة المكتوبة .

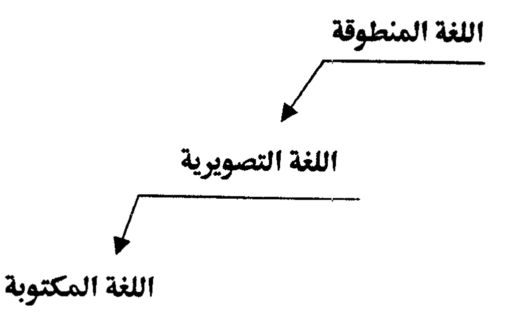
**٢) اللغة التصويرية :**

وهي المرحلة التالية لمرحلة اللغة المنطوقة ، فهذه المرحلة ظهرت عندما بدأ الإنسان يدون أحداثه ويومياته وإنجازاته باستخدام الرسم عن طريق الحفر على جدران الكهوف والمعابد وهو ما يطلق عليه بعض العلماء " عصر النقوش"، ويسميه البعض الآخر " مرحلة الحفريات على الجدران " ، ويرى البعض الثالث أنها مرحلة " الاتصال بالرسوم والأشكال " .

**٣) اللغة المكتوبة :**

وهي المرحلة الأخيرة من مراحل التخاطب البشري ، وقد بدأت باختراع الكتابة ، وكان أول من استخدم الكتابة " اللغة المدونة " هم الفراعنة ، وعنهم نقل العالم كله طرق الكتابة والتدوين .

[ انظر الشكل رقم (٦) ]




[ الشكل رقم (٦) ]
[ مراحل تطور اللغة البشرية ]

### ب - الاتصال غير اللفظي

يعتقد الكثيرون أن الاتصال لابد وأن يكون لفظيا أى عن طريق التخاطب اللفظى باستخدام العبارات والكلمات المنطوقة وأنه بدون الألفاظ والكلمات لا يمكن أن تتم العملية الاتصالية ، ولكن وفقا للأفكار المستحدثة في علم الاتصال فإنه يمكن القول أن الألفاظ والكلمات ليست هى السبيل الوحيد لإتمام العمليات الاتصالية بين الناس إذ توجد أساليب أخرى – غير لفظية – للاتصال من أهمها :

١) لغة الإشارة .
٢) لغة الأشياء .
٣) لغة الحركة والأفعال .
٤) لغة اللمس .
٥) لغة الصمت .

ففى أحيان كثيرة يكون الصمت أبلغ من التعبير اللفظى أو الحركى ، وعلى سبيل المثال : إحجام فئة من الناخبين عن المشاركة السياسية أو

التصويت الانتخابى قد يعبر – فى كثير من الأحيان – عن موقف إيجابى رافض ، وليس عن موقف سلبى .[١٣]

**ب- الاتصال غير اللفظى :**

يعتقد الكثيرون أن الاتصال لا يمكن أن يحدث بين الناس إلا من خلال اللغة " استخدام الكلمات والعبارات " ، والصحة أنه يمكن للإنسان أن يجرى عمليات اتصالية متعددة بدون استخدام الألفاظ والكلمات ، وبناء عليه يعد الاتصال غير اللفظى من الأفكار المستحدثة فى علم الاتصال .

**نماذج الاتصال غير اللفظى :**

ترى " د. سامية جابر " أن نماذج الاتصال غير اللفظى تنحصر فى خمسة نماذج هى :[١٤]

١. **نظائر اللغة :**

ليست الكلمة المنطوقة كلمة محايدة ، بل إنها تتأثر بنبرة الصوت أو نغمته ، وبالتوكيد ، وبالتغيير فى مقامات الأصوات ، والوقفات التى تتخلل إلقاء عبارة معينة ، ودرجة الخشونة أو الليونة ، وغيرها من العوامل غير اللفظية التى يطلق عليها " نظائر اللغة " ؛ فكلمة " نعم " – وهى كلمة بسيطة – يمكن أن تعبر – فى صورتها المنطوقة – عن العديد من المشاعر: كالغضب ، أو الخوف ، أو الإحباط ، أو التمنى ، أو الموافقة ، أو اللامبالاة، أو أتحدى ، وذلك حسب الطريقة التى تنطق بها أو أسلوب التعبير

---

(١٣) لمزيد من المعلومات انظر :
محمد كمال القاضى ، الدعاية الانتخابية ، القاهرة : المؤلف ، ١٩٩٥ .
(١٤) سامية محمد جابر ، الاتصال الجماهيرى والمجتمع الحديث ، الإسكندرية : دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٦ .

الصوتي الذي تتخذه . ونحن لا نأخذ الكلام فى حياتنا اليومية بألفاظه فقط ، وإنما بخصائصه الأخرى غير اللغوية التى تسمى " نظائر اللغة "؛ حتى نستطيع أن ندرك معاني الآخرين فقط ، بل نهتم أكثر " بكيفية " نطقه للكلمات والعبارات .

**٢. الإشارات :**

ربما تعتبر " الإشارات " أول وسيلة من الوسائل التى طورها الإنسان فى اتصاله بالآخرين . وتنطوى كل ثقافة من الثقافات المختلفة على نسق من الإشارات ذات المعنى والدلالة ، والتى إما أن تصاحب لغة الكلام أو تؤدى بمفردها ؛ من أجل أن تغطى معنى معينا أو ترسل رسالة خاصة . وأما المعنى الذى يكمن وراء الإشارات فهو مسألة ثقافية خالصة ، وبالتالى يعتبر نسبيا إلى درجة كبيرة ، ومثال ذلك أن إيماءة الرأس تشير فى بعض الثقافات إلى معنى الموافقة والتأييد ، بينما تعنى الرفض فى ثقافات أخرى ، وعادة ما يلجأ الأشخاص إلى عدد كبير من إشارات اليد أثناء حديثهم . ومن أكثر الثقافات اعتمادا على التعبير اليدوى أثناء الكلام : الثقافة الفرنسية ، والأسبانية ، والإيطالية ، وثقافات البحر المتوسط بوجه عام .

**٣. تعبيرات الوجه وحركات الجسم :**

نادرا ما يكون الشخص المتحدث غير معبر أو غير متحرك ، بل إن الوجه يتحرك كثيرا أثناء الكلام ، وكذلك جسم الإنسان . وهذه الحركات إنما تعبر تعبيرا بالغا عن المشاعر ، والانفعالات ، والعواطف ، وردود الفعل، سواء كانت حركات مقصودة أم غير مقصودة .

**٤. لغة الأشياء:**

بعض الثقافات تعلق أهمية كبيرة على المظهر الفيزيقي للإنسان ، وعلى جاذبية هذا المظهر ، تلك الجاذبية التي قد يختلف تعريفها من عصر إلى آخر ، ومن أسلوب مستحدث إلى أسلوب آخر .

وفي هذا الصدد يشير أحد المهتمين بشئون الاتصال غير اللفظي إلى العبارة التالية: " إنك تعبر عن هويتك الخاصة وتنقلها إلى الآخرين بواسطة ذاتك المرئية" . وتقوم الملابس بوظائف هامة من وجهة نظر الاتصال ؛ فهي تعبر عن الانفعالات والمشاعر فضلا عن أنها تؤثر في سلوك من يرتديها وسلوك الآخرين نحوه، ومن ثم ، فهي تعتبر ذات قيمة اتصالية كبيرة ، والمقصود بلغة الأشياء المعاني التي يخلعها الإنسان على الأشياء التي يغلف بها ذاته ؛ كالملابس ، والحلي ، وطريقة تصفيف الشعر ، أو التي يجمل بها منزله كالقطع الأثرية ، أو التصميمات الجمالية وما إلى ذلك ٠٠٠٠

**٥. الاتصال عن طريق اللمس :**

يعتبر اللمس أداة اتصالية قوية تعبر عن العديد من المشاعر : كالخوف ، والحب ، والقلق ، والدفء ، والبرودة . وتعلق معظم الثقافات اهتماما كبيرا على اللمس كأداة اتصالية ، فضلا عن أهميته كعامل من عوامل نمو الحياة الإنسانية في مراحل الطفولة المبكرة .

وجدير بالذكر أن الاتصال بين الأشخاص لا يحدث في فراغ ، ولكنه يقع في سياق ثقافي معين ؛ أي يتحدد طبقا لمجموعة معايير

وقواعد . وقد لا يعى الإنسان نفسه ذلك السياق الثقافى الذى يمارس فيه اتصالاته مع الآخرين والذى يؤثر فى سلوكه الاتصالى ، لأنه اعتبره مسألة مألوفة ومعتادة بالنسبة له ، ولكنه قد يدرك هذا السياق عندما يحتك بثقافات أخرى تختلف عن ثقافته . ومن العوامل التى تؤثر فى الاتصال بين الأشخاص: الوقت ، والمكان ؛ حيث يمثل الوقت شكلا من أشكال الاتصال ، ونقصد بذلك أن يعامل – فى كثير من الثقافات – باعتباره شيئا؛ فالإنسان يكسب وقته ، ويخسر وقته ، ويمنح وقته للآخرين ، ويأخذ وقته . والوقت سلعة نادرة فى بعض الثقافات ، والمحافظة عليه تعتبر موضع احترام شديد فى معظمها ، بل أن هناك صلة وثيقة بين الوقت ونماذج السلوك المختلفة ؛ حيث يتحاشى الناس الإتيان بنماذج سلوكية معينة فى أوقات معينة بينما يمارسونها فى أوقات أخرى .

كذلك يؤثر " المكان " أو " الحيز " فى الاتصال بين الأشخاص بطرق مختلفة . ولقد أكدت الدراسات التى أجريت على العلاقات المكانية أن إدراك الإنسان للمكان أو الحيز يكون نتيجة لظروف وعوامل ثقافية واجتماعية أكثر منها بيولوجية . والإنسان يحب أن يمتلك المكان بل ويعتبره امتدادا له ؛ فتلك حجرة المدير ، وهذا مكتب الرئيس ، فضلا عن أن المكان يعتبر رمزا اجتماعيا للتفوق أو السلطة أو الهيبة .... إلخ وعندما يلعب فريق كرة القدم " على أرضه " فإنه يمارس سلوكه فى مكانه الذى يملكه . وليس ثمة شك فى أنه يستشعر الأمن والثقة أكثر مما يقوم باللعب على أرض فريق آخر . كما يلجأ الناس – فى كثير من الأحيان – إلى " منطقة محايدة " عندما يقومون بعملية صلح بين طرفين

متخاصمين أو إبرام اتفاقية أو حل مشكلة معينة ؛ وذلك لما للمكان من تأثير تجاه القائمين على حيازته أو شاغليه، فضلا عن تأثيره على الغرباء أيضا .

**مزايا الاتصال غير اللفظي :**

ترى " د. سامية جابر " مزايا الاتصال غير اللفظي محددة في ثلاث مزايا هي:[١٥]

**أولا :** أنه يعبر عن معلومات " وجدانية " في مقابل تعبير الاتصال اللفظي الذي يعبر عن معلومات تتصل " بالمضمون " ، وتكون نماذج الاتصال غير اللفظي قادرة على إيصال الحب ، والبغض ، والكره ، والاهتمام ، والثقة ، والرغبة، والدهشة ، والموافقة ٠٠٠ وكذلك التعبير عن فئة عريضة من الوجدانيات الإنسانية التي لا يعبر عنها بطريقة لفظية .

**ثانيا :** أن الاتصال غير اللفظي ينطوي – أيضا – على معلومات متصلة بمضمون الرسالة اللفظية ؛ فهو يمدنا بأدوات لتفسير الكلمات التي نسمعها. وينطبق ذلك على نبرة الصوت مثلا ، والتوكيد ٠٠٠ إلخ ، فضلا عن أنه يوفر المعلومات التي تفيد في فهم طبيعة العلاقة بين الأطراف المشتركة في عملية الاتصال .

**ثالثا :** أن الرسائل غير اللفظية تتميز بصدقها ، ويحتاج الإنسان عادة إلى نماذج كثيرة للسلوك غير اللفظي التي يصدرها الآخرون حتى يثق فيهم .

---

(١٥) سامية محمد جابر ، المرجع السابق .

ويؤكد هذا المعنى - أيضا - كلٌّ من " د. حسن عماد " ، و " د. ليلى حسين " عندما يطلقان على اللغة غير اللفظية مُسمى [ " اللغة الصامتة " Silent Fanguage ] .

ويقسم الكاتبان الاتصال غير اللفظي إلى ثلاث لغات هي :(١٦)

أ- **لغة الإشارة :** ( Silent Language ) و تتكون من الإشارات البسيطة أو المعقدة التي يستخدمها الإنسان في الاتصال بغيره .

ب- **لغة الحركة أو الأفعال :** ( Action Language ) وتتضمن جميع الحركات التي يأتيها الإنسان لينقل إلى غيره ما يريد من معانٍ أو مشاعر.

ج- **لغة الأشياء :** ( Object Language ) ويقصد بها ما يستخدمه مصدر الاتصال مما ليس من الإشارة والأدوات والحركة ؛ وذلك للتعبير عن معانٍ أو أحاسيس يريد نقلها للمتلقي . فالملابس والأدوات الفرعونية التي تستخدم على المسرح - مثلا - يقصد من استعمالها نقل الإحساس بالجو والزمان الفرعوني إلى المشاهدين ؛ لكي يعيشوا فيها طوال عرض المسرحية . وارتداء اللون الأسود في كثير من المجتمعات يقصد به إشعار الآخرين بالحزن الذي يعيش فيه من يرتدي هذا اللون .

ويؤكد الكاتبان نفس المعنى بالاستشهاد بآراء مجموعة من علماء الاتصال على الوجه التالي :(١٧)

---

(١٦ ، ١٧) حسن عماد ، وليلى حسين ، المرجع السابق .

" راندال هاريسون " (Randall Harrison) :

الاتصال غير اللفظى يمتد ليشمل تعبيرات الوجه والإيماءات والأزياء والرموز والرقص والبروتوكولات الدبلوماسية ، ويقسم " هارسون " أنواع الإشارات غير اللفظية إلى أربعة هى :

أ- **رموز الأداء :** ( Performance Code )

وتشمل حركات الجسد مثل : تعبيرات الوجه ، وحركات العيون والإيماءات ، وكذلك ما أطلق عليه " شبه اللغة " ٠٠ مثل : نوعية الصوت ، الضحك ، الكحة .

ب- **رموز اصطناعية :** مثل : نوع الملابس ، وأدوات التجميل ، والأثاث ، والمعمار ، والرموز المعبرة عن مكانة الإنسان .

جـ- **رموز إعلامية :** نتيجة الاختيارات والترتيب والابتكارات من خلال استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية ، مثل : حجم " البنط " ، ونوع الصورة ، والألوان ، والظلال ، ونوع اللقطة التليفزيونية ٠٠ بعيدة أو متوسطة أو قريبة ، وكذلك أسلوب استخدام الموسيقى والمؤثرات الصوتية .

د- **رموز ظرفية :** وتنبع من استخدامنا للوقت والمكان ، ومن خلال ترتيب المتصلين والأشياء حولهم ٠٠ مثل : ترتيب جلوس الزوار حسب أهميتهم الاجتماعية ، أو تجاهل شخص نعرفه بطريقة متعمدة .

ويعرض " مارك ناب " "Mark Knapp" المهام التى يؤديها الاتصال غير اللفظى فى علاقته بالاتصال اللفظى على النحو التالى :

١) **التكرار أو الإعادة** : حيث يقوم الاتصال غير اللفظى بإعادة ما قلناه لفظيا ، ومثال ذلك : حين نذكر الشخص عن وجود شئ ما بالقول " هنا " ، ثم نشير إلى مكان هذا الشيء .

٢) **التناقض** : يمكن للسلوك غير اللفظى أن يناقض السلوك اللفظى ٠٠ مثل : المدير الذى يطلب من موظف أن يحضر أوراقاً معينة أمام أحد العملاء ، ثم يعطى الموظف إشارة ما بعدم إحضار هذه الأوراق ، ويعود الموظف ليخبر المدير أنه لم يجد هذه الأوراق ٠٠ فى هذه الحالة تلقى الموظف رسالتين : إحداهما: لفظية . والأخرى : غير لفظية .

٣) **البديل** : يمكن للاتصال غير اللفظى أن يكون بديلا للاتصال اللفظى ، فتعبيرات الوجه – أحيانا – تغنى عن الاتصال اللفظى .

٤) **مكمّل أو معدّل** : يمكن للاتصال غير اللفظى أن يكون مكمّلاً للاتصال اللفظى ، مثل : الابتسامة بعد أن نطلب شيئاً من شخص ، أو التجهم عند سماع كلامه .

٥) **التأكيد** : كأن يقوم الشخص بالتركيز صوتياً على كلمات معينة للتأكيد على الرسائل اللفظية ، وقد يصاحب هذا تعبيرات وجهه الدالة على التأكيد .

٦) **التنظيم** : يمكن للاتصال غير اللفظى أن ينظم الاتصال بين المشاركين مثل : حركة الرأس أو العينين أو تغيير المكان ، أو إعطاء إشارة لشخص ليكمل الحديث أو يتوقف عنه ، وكلها وظائف تنظيمية يقوم بها الاتصال غير اللفظى .

ويرى د. مصطفى حجازى رأيا مشابها في الاتصال غير اللفظى :[١٨]

اللغة اللفظية هى أداة التواصل الأساسية والنهائية بمعنى أن أى رسالة لا يمكن أن تصل بوضوح وصراحة ، أن تنتقل من جدول الأعمال الخفى إلى جدول الأعمال الصريح ، إلا بمرورها من التعبير غير المباشر إلى الجهر بها في لغة لفظية ، وكل وسائل التعبير الأخرى تظل غير مباشرة لا تأخذ معناها إلا كلغة بديلة عن الكلام . فإذا كان للكلام مكان الصدارة في التعبير لماذا إذا التوقف عند الاتصال دون اللفظى؟ مبررنا لذلك هو التشويه الذي يدخل على الكلام في الكثير من الأحيان . فالكلمة تضلل بقدر ما تفصح . والكلام ، أداة الاتصال الأولى، لا يوصل دوماً ما يزعم التعبير عنه . كثيراً ما يصبح الكلام أداة للتمويه والتستر . فقد نتكلم لكي نتجنب قول شئ يؤلمنا البوح به ، فنقول عكسه ، وقد يصل التمويه حداً بعيداً حين يستخدم الإنسان الكلام كى لا يتكلم . ويحدث هذا التمويه حين يلح جدول الأعمال الخفى في التعبير ولكن الوضعية تجعل من المتعذر البوح بالمراد ، أو النوايا الحقيقية نظراً لما تتضمنه من توريط . في هذه الحالة تمرّ الرسالة الخفية من خلال اللغة دون اللفظية . وغالبا ما يقوم الناس فى هذه الحالة باستكشاف المعانى والغوص وراء المضمر في الكلام اللفظى من خلال الاستعانة بقدرتهم على قراءة اللغة دون اللفظية تبعاً للمثل القائل " إن اللبيب من الإشارة يفهم " . ذلك أن هذه اللغة هى الأصدق فى الإفصاح عن المشاعر والنوايا والحالات الوجدانية التي نحاول إخفاءها بالكلام وكما

---

(١٨) مصطفى حجازى ، الاتصال الفعال في العلاقات الإنسانية والإدارة ، لبنان ( بيروت ) : المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، ١٩٩٠ .

يقول فرويد : " من تصمت شفتاه يثرثر بيديه " . فقط التدريب الطويل المدى هو الذي يسمح للمرء أن يضبط التعبير دون اللفظي : كحال لاعب البوكر ، أو الجاسوس ، أو المفاوض المحترف أو المتهم رهن التحقيق . ذلك أن اللغة دون اللفظية هى اللغة الأولية ، وهى ترتبط تطورياً بأكثر الحالات الوجدانية والانفعالية بدائية . أنها لغة التواصل في تلك المرحلة الحاسمة من حياة الطفل فى سنته الأولى وقبل أن نضج لديه القدرة على التعبير بالكلام . خلال هذه المرحلة يمر الطفل بأخطر تجربة في حياته ، وهى تجربة الاعتراف به ككائن إنساني من قبل الأم أولاً أو الوالدين فيما بعد . فقيمته تتحدد ونظرته إلى الحياة تغرس بذورها الأولى من خلال هذا السيل الدائم من الاتصال الحسى والحركى والشمى الذي يتم بين الطفل وأمه ، ومن خلال العناية به والسهر عليه ، الذي يحمل معنى الاعتراف بأهميته . فقط هذا الاعتراف وتلك القيمة يربطانه بالناس والحياة فيما بعد ، وإلا فإنه سيغرق فيما يسمى بالعزلة الاجتماعية والغرق في الذات البيولوجية ، وبالتالى استحالة المرور إلى الحالة الإنسانية التى هى فى جوهرها علاقة اتصال .

والعلاقة بين الأم وطفلها هى علاقة اتصال غير لفظية بل علاقة إحساس متبادل فقد لا يفهم الطفل القول ، ولكنه بدون شك يتلقى سيلا من الأحاسيس الحسية الحركية التي تنبئه عن موقف المحيط منه ( أهو مقبول محبوب ، أم لا ...) وهذا هو المهم ، ولهذا تكون اللغة دون اللفظية هى اللغة الأصدق والأكثر بدائية ، وبالتالى الأكثر إفلاتا من سيطرتنا الواعية .

أشكال التعبير دون اللفظي عديدة ولها دلالات نفسية وأخرى اجتماعية ثقافية ، على المستوى النفسي يتخذ الأمر كما أسلفنا طابع الموقف من الآخر والمكانة التي يحظى بها كما هو حال الطفل ، أما على المستوى الاجتماعي فهو يتخذ دلالات خاصة بكل حالة على حدة.

وفيما يلي عرض لأنواع الاتصال اللفظي ( من وجهة نظر د. مصطفى حجازي )

**أولا : لغة الصمت :**

ليس هذا تناقض في القول أو تلاعب بالألفاظ ، فأقرب لغة إلى التعبير هي الصمت ، فدلالة الرسالة التي نتلقاها قد تتضح من خلال ما يحيط بها من صمت ، الصمت ليس توقفاً في الكلام ، بل قد يكون كلاماً بحد ذاته ، أو هو يصبح مفتاح فهم هذا الكلام ، الصمت كلام من نوع آخر ، أو هو موقف من محتوى الكلام الذي سمعناه أو تلفظنا به ... والصمت أنواع : هناك الصمت المنغلق الذي يجمدك ويتركك في حيرة من أمرك لا تدرى ماذا تقول ، ولا تدرى كيف تتابع الاتصال مع محدثك. وهناك الصمت الاجتماعي الرافض ، وهناك الصمت الآثم الذي يقر بعجزه وهناك الصمت الذي يسبق التعبير عن رسالة هامة جداً ومشحونة انفعالياً ، وهناك الصمت الذي يشكل محطة لالتقاط الأنفاس واستجماع القوى بعد تلقي رسالة تتضمن مفاجآت ، أو هي مثقلة بالمعاني ، وأخيراً هناك الصمت الذي يعبر عن أقصى درجات التواصل ، عن حالة المشاركة شبه التامة التي تجعل الكلام والإفصاح عن الذات غير ضروري ( وتعطلت لغة الكلام وخاطبت عيني في لغة الهوى عيناك ....)

حالة الاندماج العاطفى هذه لم تعد بحاجة إلى الكلام الذي ليس له في نهاية الأمر من وظيفة سوى التقارب بين الذات والآخر ، لغة الصمت هى الأقرب إلى حالة الفيض الإنفعالى من لغة الكلام ، ولهذا فهى لغة صعبة ترافقها المعاناة ، وحين يحل محلها الكلام يحدث التفريج- ويزول التوتر الداخلي .

**ثانيا : لغة الجسد :**

كل الوظائف الحسية الحركية قابلة لأن تستخدم كلغة تعبير غير مباشر .

**أ- التعابير الحسية والفسيولوجية :**

ما يعجز اللسان عن البوح به تنقله تعابير مظهرنا العام ، ولذلك فنحن نستخدم هذه التعابير في عمليات الاتصال في الحياة اليومية ، كل الحالات الوجدانية والانفعالات المتنوعة ترتسم على مُحيا الانسان فيما يمكن أن نسميه اللغة الفسيولوجية ( اصفرار الوجه أو احمراره أو تصبب العرق ، أو التشنج ، أو الانبساط ، أو الارتجاف ، كذلك الأمر في حاسة البصر ) . لقد أبدع الشعراء والأدباء في وصف لغة العيون والنظرات ( النظرة الحية ، العيون التي تبرق فرحاً ، النظرة المتفائلة ، أو على العكس النظرة الجامدة الباردة النابذة ، النظرة المستعلية ، النظرة الرافضة ، النظرة الثابتة المتحدية ، النظرة الاتهامية ، النظرة الخجولة، النظرة الآثمة، النظرة العاجزة المتوسلة ، النظرة المتعاطفة

الحانية، النظرة المتلهفة المنادية ، النظرة التي تجذبك وتقربك ، والنظرة التي تبعدك وتصدك الخ .. ) فالعين عالم اتصال كامل .
كذلك هو حال الأذن وان كانت أقل قدرة على لعب دور لغة التواصل إنما هناك الانصات ( ومنه التعبير اعارة الأذن الصاغية ) .

**ب -التعبير الحركي :**

اللغة الحركية من أبرز أشكال التعبير غير المباشر ، حركات اليدين والقدمين ، استقرار الجلسة ، أو مظاهر عدم الاستقرار والتململ ، طريقة الجلوس ، انحناءة إلى الأمام أو الجانب بإتجاه الآخر أو على العكس انحناءة إلى الوراء ابتعاداً عنه ، استجماع الاطراف في حالة تركيز الانتباه أو التراخي على المقعد في حالات عدم الاهتمام ، كثرة الحركة والقيام والجلوس في حالات الملل والضيق ، فتح النافذة أو إغلاقها ، تغيير الجلسة خلال التواصل كلها تعبر عن حالة من عدم الارتياح ، وبالتالي تنبئونا بأن الآخر غير مهتم ، أو هو يضيق ذرعاً بالوضعية .

**ثالثا : اللغة الرمزية :**

هنا نجد جميع أشكال التعبير التي تحمل دلالة رمزية للرسائل الضمنية التي نرسلها تعبيراً عن حالتنا المزاجية ، ومنها اشعال أعواد الثقاب ، الخربشة على الورقة أو رسم أشكال نمطية أو كتابة كلمة بشكل معين وكذلك رواية النكات التي تعتبر كصمامات أمان لتنفيس التوتر المتصاعد خلال عمليات التفاعل الذي قد يولد التوتر .

**رابعا : لغة المظهر العام والملبس :**

كلنا يعرف الوظيفة النفسية الاجتماعية للملابس إضافة إلى وظيفتها البيولوجية للوقاية من حر أو برد .

من خلال ملابسنا نحن نتواصل مع الآخرين ، كي نقدم انفسنا تبعا لمفهوم معين عن الذات نود أن ننقله إليهم ، هناك مثلاً الانسان العالم أو صاحب العقيدة المناضل من أجل قضية ما ، هؤلاء يعبرون عن عدم اكتراثهم بالمظاهر من خلال ملابسهم البسيطة ، انهم يقولون لنا أن ما يشغلهم هو أهم بكثير من وجاهة الاستعراض الاستهلاكي ، وكذلك المتمرد الذي قد يضع ملابساً وظيفتها الأساسية تحدى المعايير الشائعة في الزى ، وهناك النموذج البيروقراطي الذي يتمسك بالرسميات والشكليات ، ويعبر بهذا الزى الرسمى ، مهما كان متواضعاً عن امتثاله للأعراف ، وتقديره الزائد لسلطة الرؤساء وللفارق المرتبى بينه وبينهم ، والانسان الذي يقدم نفسه في مناسبة رسمية أو لأول مرة يحرص أن يبث لنا رسائل غير مباشرة من خلال زيه ومدى تأنقه ، ولا ننسى علاقة الزى ببعض الوظائف .

**خامسا : لغة الأعراض :**

الشكوى الجسدية قد تكون أحياناً شكوى وجودية ، تعبيراً غير مباشر عن ضيق أو معاناة أو احباط لا نجرؤ على التعبير عنه ، لأنه يمس اعتبارنا الذاتى ، المعاناة الوجودية على أثر الفشل مثلاً لا تليق بالانسان الراشد الذي لابد أن يظهر الصلابة والقدرة على

الاحتمال ، ولكن المرض مسموح به ، ولهذا تكثر الشكاوى الجسدية على أثر حالات الفشل أو الاحباط في العمل الإداري وتزداد هذه الشكاوى حين يفقد الانسان مكانته بشكل يؤثر على اعتباره الذاتى ازاء نفسه وازاء الغير ، وليس أدل على هذا من السرعة المذهلة التي تنهار فيها الحالة الصحية لموظف احيل على التقاعد أو لمسؤول عزل عن سلطاته ، كثرة الغياب المرضى ليست دوماً مسألة طبية ، بل هى رسائل ضمنية يرسلها الموظف في الإدارة إلى رؤسائه تعبيراً عن احتجاجه ، أو انسحابه ، لفتاً لنظرهم وجذباً لاهتمامهم ، وتكثر هذه الرسائل كلما عز التعبير اللفظى الصريح .

على المدير هنا أن يعى لغة الأعراض ويتفهم الرسائل الصادرة عن العاملين الذين يستخدمونها ، إذ لا يجدى كثيراً الاستجابة بإجراءات رسمية من تنبيه أو غيره ، من يستخدم لغة الاعراض يطلب إلى رئيسه أن يلعب دور الطبيب المداوى الذي يتفهم المعاناة ويجد لها الحل ، أو هو يقرر أن المرض عضال ويستعصى عليه علاجه ، والواقع أن علاج لغة الاعراض يكمن خصوصاً في إتاحة الفرصة للتعبير وتشجيعه ، عندها تظهر العلة الخفية إلى السطح ولا يعود من داع للاشارة اليها بشكل غير مباشر .

إن اللغة دون اللفظية على اختلاف أشكالها هى المعبر عما لا يمكن التعبير عنه لفظياً لاعتبارات شتى ولكن ولأنها تعبير غير مباشر ، فإن الرسالة الضمنية لا تنقل كاملة ، وبالتالى لا تحل نهائياً بل هى تبقى مثاراً للتوتر في العلاقات ، وكما أنها تعبر عن الواقع

الحقيقى للشخص ، فإنها قد تشوش على الاتصال الرسمى المهني، أنها مثار للالتباس والتأويل .

وعلى المدير أن يكون طبيباً هنا أيضاً إذا أراد أن يحافظ على سلامة الاتصال الرسمى ، العلاج الذي بحوزته هو تشجيع التعبير لازالة المعوقات أمام فعالية الاتصال وايجابية العلاقة ، ومن الأفضل على المدى الطويل أن تكون المشكلات الانسانية في الإدارة واضحة ، ولو تعذر حلها مباشرة ، عن أن تظل فاعلة بنشاط بشكل خفى يسمم جو العمل ويشوش الاتصالات .

سادسا : لغة الموقع والمكان :

وهى من أفصح اللغات دون اللفظية في العمل الإدارى وفى الحياة اليومية على حد سواء ، فالقرب والبعد هما تعبير عن مدى وثوق أو وهن الصلات بين الناس وبالتالى مدى كثافة واهمية الاتصالات ، من لا تريد أن تتواصل معه تبتعد عنه نفسياً ، وتعبر عن هذا الابتعاد النفسى بابتعاد مكانى ، وعلى العكس أنت تقرب إليك من تود إقامة الصلة أو الاتصال معه ، أو هو يتقرب إليك ، ولهذا يقال عن فلان أنه مقرب أى ذو حظوة وهو على صلة وثيقة، ولهذا فالموظف المغضوب عليه يبعد إلى الأرشيف مثلاً أو أى دائرة أخرى معزولة عن العلاقات والتواصل ، ذلك هو أيضا شان إبعاد العناصر غير المرغوب فيها الذي تلجأ إليه الدول .

وفي طفولتنا يعبر عن المكانة التي يحظى بها الواحد منا بمدى قربه أو بعده عن والديه ، الطفل المحبوب الذي يحتل حجر أمه

ويظل لصيقاً بوالديه هو على عكس الطفل المنبوذ ( تعنى كلمة نبذ الابعاد لغوياً ) الذي يبعد عن الاتصال الجسدى مع الوالدين ، اما حين نخرج إلى الحياة العملية فإن مكانتنا الذاتية من الرئيس يعبر عنها في احيان كثيرة بالمسافة المكانية التي نفصلنا عنه ، وكما أن الطفل المحبوب يسمح له بالتسلل إلى غرفة الوالدين حين يرغب كذلك الموظف المحظوظ هو الذي يسمح له بالتحرك المكانى في منطقة تواجد المدير أو الرئيس والدخول عليه ساعة يشاء ، إذا حيث تسمح الحركة في المكان لشخص ما يتاح له الاتصال مع الأشخاص المهمين في ذلك المكان ، كل ذلك معروف ولا يحمل جديداً .

الجديد الذي يمكن الإشارة إليه هنا هو تأثير المكان والمواقع المكانية على عمليات الاتصال الانسانى ، ولقد نشأ فرع جديد في علم الاتصال يدرس خصيصاً هذه المسألة ويطلق عليه اسم [التجاور ] أى دراسة تأثير العلاقات المكانية على الاتصال . ومن النقاط التي يدرسها هذا الفرع تأثير المسافة بين المرسل والمستقبل على عملية الاتصال ، فكلما كانت المسافة أكبر انخفضت درجة دينامية الاتصال ، على العكس تزداد قوة الاتصال كلما قلت المسافة بين المرسل والمستقبل ولكن إلى حد، فإذا تجاوزت هذه المسافة حداً معيناً في ضيقها أصبح الاتصال صعباً لأن العلاقة تصبح مثقلة بالانفعالات التي تصد الطلاقة اللفظية وتعرقل التلقائية والاحساس بالارتياح ، فإذا كانت المسافة الكبيرة تولد تباعداً بين المرسل والمستقبل ، فإن المسافة

القريبة جداً تولد حرجاً وضيقاً ينعكس على طلاقة العمليات العقلية، ولا شك أن لهذه المسألة أهمية في تدبير مكان جلسة اجتماعات العمل ، كما أن لها تأثيراً في عمليات التواصل الجماهيرى ، ولقد اتضح من الأبحاث أن أنسب مسافة للاتصال المهني بين شخصين هى تلك التي تتراوح ما بين ٢ و ٣ أمتار فإذا قلت عن ذلك قد يتفجر القلق أو الانفعالات المختلفة أما إذا زادت فقد يخيم البرود على عملية الاتصال .

وإضافة إلى المسافة درست مختلف الأوضاع المكانية وتأثيرها على الاتصال فوجد مثلاً أن الاتصال وجهاً لوجه أكثر فعالية من الاتصال من وراء حجاب أو ظهراً لظهر أو جنباً لجنب ، هذه الوضعية الأخيرة ( جنباً لجنب ) أصلح للاتصالات ذات الطابع العاطفى ، كما وجد من الأبحاث العيادية أن الجلوس في حلقة على كراسى مع فراغ في الوسط يصد عملية الاتصال ويفجر قلق الفراغ والاعتداء ، بينما أن الجلوس حول طاولة يبث الشعور بالأمن لأن الطاولة تشكل نوعاً من السند والحماية ، وينعكس ذلك مباشرة على الاتصال فيجعله أكثر عقلانية وموضوعية ، ومن وسائل الحماية ضد قلق التعرض للخطر في الجماعة وجود قرطاسية وأدوات مختلفة للاستخدام أمام كل شخص في الاجتماع .

أخيراً لابد من الإشارة إلى العلاقة التراتبية وأوضاعها المكانية وتأثيرها على الاتصال ، فالجلوس على مقعدين من نفس المستوى أو حول طاولة ، يجعل عملية الاتصال أكثر سهولة وديموقراطية ومساواة من وضعية وقوف المرؤوس بين يدى

الرئيس ، أو وقوف المرؤوس على مسافة من الرئيس الذي يجلس وراء مكتبه الضخم ، حتى أن حجم المكتب يؤثر على سهولة الاتصال فكلما صغر هذا الحجم شعر المرؤوس بشيء من التكافؤ الشخصي ( شخص لشخص ) وأصبحت عملية الاتصال أيسر ، وعلى عكس كلما كبر المكتب زاد التباعد بين الرئيس والمرؤوس واتصف الاتصال بالتحفظ والرسمية ، ولهذا نرى منصة القاضي ، ومنبر الاستاذ الجامعي أعلى من مستوى الطلاب ، ففي ذلك تعبير عن الفارق في المكانة التي تجعل الاتصال عامودياً من أعلى إلى أسفل ، ومن الطريف أن ديمقراطية العلاقة التعليمية في الجامعات الحديثة أدت إلى إلغاء المنابر وإلى تغيير وضعية جلوس الطلاب في صفوف ، وساعد هذا الإلغاء والاستعاضة عنه بجلسة دائرية إلى تحول التعليم إلى عملية حوار وتفكير مشترك .

وقد يكون من الطريف الإشارة إلى تأثير الجلسة التقليدية على الأرض في العالم العربي على عمليات التواصل ، لا شك أن هذه الجلسة تؤدى إلى ضغيان الطابع الحميم على عمليات الاتصال ، إنما من المجدى عمل ملاحظات حول تأثيرها على الاتصال المهني ، هل هي عنصر مساعد عليه أم لا ؟ .

**سابعا : الصراحة والكتمان والمخاطرة في الاتصال :**

اللغة دون اللفظية مرادفة للكتمان ، أو هي تعبير عن ذلك الجزء من الكتمان الذي يفلت من الضبط ، وإذا كنا قد طرحنا تشجيع التعبير كعلاج لمشكلات الاتصال في الإدارة فذلك لسبب محدد

وهـو أن الـنمو والـتقدم في الحـياة ، لابـد لـه مـن حـد معين مـن الإقـدام والمخاطـرة ، يصـح هـذا في مخـتلف مجـالات الحـياة ، ولكـنه ينطـبق خصوصاً عـلى الاتصـال ، لا يمكـن لـلمرء أن يـنمو ويخطـو إلى الأمـام ويعزز مواقعـه إلا إذا تدرب على المخاطرة في الاتصال ، وتعنى المخاطـرة هنا الجـرأة على التعبير والمجابهة ، الشـجاعة عـلى فـتح الأبـواب الموصـدة ، بذلـك يحقـق المـرء المكاسب وينتزع الاعتراف ، ويعزز مكانته .

## معوقـات الاتصـال

يتحدث د. عبد الفتاح دويدار عن معوقات الاتصال -- من وجهة نظر علم النفس – فيما يلي :[19]

" ترتبط قدرة الإنسان على الإتصال إرتباطاً مباشراً بحالته المزاجية ، وهذه الحالة تتعلق أساساً بدورة بيولوجية معقدة ( تنتج عنها حالات إختمار دماغي وبالتالي حالات عقلية محددة ) . كما تتعلق الحالة المزاجية بظروف الشخص الموضوعية وبقدراته الإدراكية بشكل عام ، وهكذا فإن الشخص لا يكون دائما على نفس القدر من الإستعداد للاتصال ، ولا هو يكون دائما في نفس مستوى الكفاءة لتحقيق هذا الاتصال ، ويمكننا تقسيم معوقات الاتصال كما يلي :

(١) المعوقات النفسية – الجسدية .

(٢) معوقات المرسل .

(٣) معوقات المستقبل .

(٤) المعوقات التنظيمية .

(٥) المعوقات التقنية .

(٦) المعوقات الثقافية – الاجتماعية .

### أ- المعوقات النفسية – الجسدية :

وهي من أكثر المعوقات أثراً على الاتصال ، ومنها ما هو ثابت ودائم " كمثل معاناة الشخص من اضطراب الحواس أو من الاضطرابات

---

(١٩) عبد الفتاح محمد دويدار ، المرجع السابق .

الإدراكية المستقرة " ومنها ما هو متغير ، بمعنى مرور الشخص بحالة نفسية عابرة " كمثل الاضطرابات المصاحبة للعادة الشهرية وحالات الإنفعال والقلق العابرة ....الخ " بحيث تؤثر هذه الحالة على الاتصال بشكل مؤقت .

**ب-معوقات الاتصال من قبل المرسل :**

كثيرا ما تتمحور الصعوبات التى يواجهها المرسل ، فى إيصال رسالته للمُستقبل ، حول الأسباب التالية :

١-عجز المرسل عن صياغة رسالة واضحة .

٢-تركيز تفكير المرسل حول ذاته .

٣- التشويش الذاتى ( غير ثابت ) .

٤- تكوين المرسل لأفكار وأحكام مسبقة تتعلق بالمُستقبل .

٥- الموقف العدائى من الطرف الآخر .

٦- تدخل اللاوعى فى عملية الاتصال ، بمعنى أنه يقوم المرسل بإسقاط دوافعه وحاجاته اللاواعية على المُستقبل ، أو أن يقوم المرسل بكبت أجزاء من رسالته ، أو أن يتماهى ( يتوحد ) المرسل بشخصية أخرى ... الخ . وهذه التدخلات اللاواعية من شأنها أن تشوه الرسالة الأصلية وأن تعيق عملية التفاعل الطبيعى مع المرسل .

٧- قصور التخطيط لعملية الاتصال .

٨- خلل فى قدرة المرسل على تقييم درجة تفاعل المُستقبل مع الاتصال.

**ج- معوقات الاتصال من قبل المُستقبل :**

بعض هذه المعوقات مشترك بين المرسل و المُستقبل ، ويمكننا تلخيص المعوقات الخاصة بالمُستقبل بالنقاط التالية :

١- سوء التقاط الرسالة : الذى قد ينجم عن التسرع فى تفسير الرسالة أو عن قصور حسى أو إدراكى فى التقاطها ، كما أن عوامل التشويش الذاتى تؤثر على حسن التقاط الرسالة .

٢- الإدراك الإنتقائى المفرط : بحيث يركز المُستقبل على بعض أجزاء الرسالة ويعطيها تفسيراً يتعارض مع تفسيرها الحقيقى .

٣- سوء إرجاع الأثر : ويتجلى بعدم إعطاء ردود الفعل الدالة على حسن استقباله للرسالة وتفاعله معها مما يؤدى إلى إرباك عملية الاتصال برمتها .

٤- الأحكام والمواقف المسبقة : وهى قد تدفع المُستقبل إلى التعامل مع الرسالة ومرسلها بناء على إسقاطاته وتوقعاته المبنية أساساً على هذه الأحكام المسبقة ، مما يوقع المُستقبل فى حالة من الإدراك الإنتقائى المنسجم مع هذه الأحكام والتوقعات .

٥- إنحسار الطاقة فى جهاز الاستقبال : نعنى بها عجز المُستقبل عن فهم الرسالة أو بعض أجزائها بسبب قصوره الثقافى أو الذهنى .

٦- تباين الخبرات والإطار الذهنى : يعتبر التجانس العقلى واحداً من أهم شروط التواصل بين المرسل و المُستقبل ، فاضطراب هذا التجانس يؤدى إلى سوء تفسير الرسالة وبالتالى فإنه يؤدى إلى سوء الاتصال .

**د- المعوقات التنظيمية :**

تتطلب عملية الاتصال الناجحة جهازاً منظماً تتوزع فيه الأدوار والمهمات بشكل يتلاءم مع غايات الاتصال وينسجم مع مستوياته وبناء عليه وجب احترام النقاط التالية ( فى أجهزة الاتصال الجماعية – العائلة، المؤسسة والإدارة ... الخ ) :

١- تحديد وحدة السلطة الموجهة وتحديد صلاحياتها .

٢- تطوير جهاز الاتصال بما يتلاءم مع نمو المؤسسة ومستويات المتصلين بها .

٣- اعتماد شبكة إتصال ملائمة وتطوير هذه الشبكة باستمرار .

٤- الحؤول دون نشوء شبكات اتصال جانبية تعكر اتصالات الشبكات الأساسية .

**هـ- المعوقات التقنية :**

ويقصد بها تلك المعوقات المتعلقة بآلات الاتصال وهى :

١- عدم كفاية الأقنية : سواء لنقص قدرتها أو لعدم تنظيمها وكفايتها.

٢- تشويش الأقنية : كمثل أعطال الخطوط الهاتفية أو عدم وضوح الصوت .

٣- توظيف أقنية غير مناسبة : من واجب المرسل أن يحسن انتقاء القناة المناسبة لرسالته ( كمثل اللجوء إلى مناقشة الأمور بين الزوجين مثلا ، عن طريق الكتابة ، فى حين أن المخاطبة الشفهية تكون القناة الأفضل لنقل النواحى الإنسانية والحميمة ... الخ ) .

**و – المعوقات الثقافية – الاجتماعية :**

وهذه المعوقات هي الأصعب والأكثر إحتمالاً لأشكال اللبس والغموض ، وتتفرع هذه المعوقات عن التقاليد والأعراف الاجتماعية السائدة في مجتمع ما والمختلفة عن باقي المجتمعات .

فلو أخذنا مثالاً على ذلك المجتمع الشرقي فإننا نلاحظ فيه غلبة العلاقات الإنفعالية – العاطفية – المزاجية التي تنعكس على صعيد الاتصال من خلال الإصرار على أهمية العلاقات الاولية ( علاقات قرابة وعلاقات شخصية وصداقات .... الخ ) وذلك على حساب العلاقات الرسمية – الوظيفية ، مما يُعطي للاتصالات الشفهية – الوجاهية أهمية تحجب أهمية الرسائل الخطية . ولعل من التجني القول بإقتصار هذه الغلبة على مجتمعنا الشرقي، فقد رأينا "ليندبرج" الاميركي وهو يصنف "المحادثة الشخصية" كأعلى درجة في سُلم فعالية الاتصال الاجتماعي ، ولكننا لا نبالغ إذ نقول بأن هذه الأهمية تتخذ حجماً مرضياً في مجتمعنا إذ أنها تعيق تطور مؤسساتنا ( وبالتالي مجتمعنا ككل ) عن طريق فرضها لمبادىء التوصية والرشوة والعلاقات الاجتماعية على حساب الكفاءة والصلاحية ، كما أن هذا التركيز على العلاقات الشخصية يجعل من العسير إستعمال وسائل الاتصال الحديثة واستخدامها في سبيل تطوير المجتمع.

ومن أهم المعوقات الثقافية – الاجتماعية للاتصال نذكر :-

١ – التباعد الاجتماعي : ويزداد أثر هذا التباعد على عملية الاتصال ، مع ازدياد الفوارق اللغوية والعرقية والدينية والمذهبية والفكرية والسياسية

....الخ ، ويتعمق هذا التباعد بإهمال اهمية الاتصال بين المجتمعات أو بالعمل على إعاقة هذا الاتصال .

٢- الانحياز الاجتماعى : وعنه ينشأ التعصب العرقى والدينى والإقليمى والفئوى ... الخ .

٣- طقوس الاتصال : لكل مجتمع طقوسه الخاصة بعملية الاتصال وذلك بحيث تكون معرفة هذه الطقوس واجبة وضرورة أساسية للاتصال بهذا المجتمع ( على سبيل المثال فإن البلدان الغربية توزع على رعاياها ، الذين يودون زيارة أحد البلدان الإسلامية ، كتيبات تشرح لهم كيفية التصرف وطقوس الاتصال فى هذه البلدان ) .

٤- سيمياء الاتصال : وهو علم بحد ذاته ( يشبه مبدأ تحليل الشفرة ) يهتم بدراسة الدلالات اللغوية للمعانى وللكلمات ، فلكل مجتمع شفرته الخاصة به ، فحتى المجتمعات التى تتكلم ذات اللغة فإنها لا تستخدم نفس السيمياء ( فكلمة "بسط" تعنى السرور فى بعض البلدان العربية فى حين أنها تعنى "الضرب" فى بلدان عربية أخرى وهكذا ) وهو ما يطلق عليه فى علوم الاتصال (الاطار الدلالى) .

## أنواع الاتصال ومهاراته

يمكن تصنيف الاتصال – نوعيا – إلى عدة أنواع من الاتصالات تختلف وفق معايير تصنيف الاتصال المتعددة .

وفيما يلى حصر شامل لأنواع الاتصال حسب معايير الاتصال النوعية [ المعيار الاتصالى ] ...

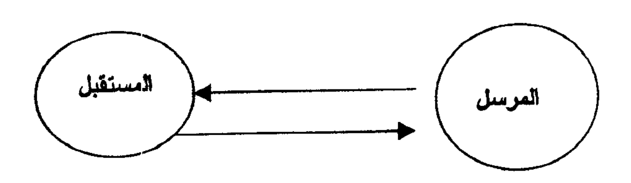
### أولا : من حيث أطراف العملية الاتصالية :

أى من حيث عدد المشاركين فى الاتصال أو " كم الاتصال " ؛ إذ يمكن تصنيف الاتصال وفقا للمعيار الكمى إلى ثلاثة أنواع :

* الثنائى * الجمعى * الجماهيرى

**أ- الاتصال الثنائى :**

وهو الاتصال الذى يتم بين فردين اثنين . ( كما هو موضح بالشكل التالى ) :

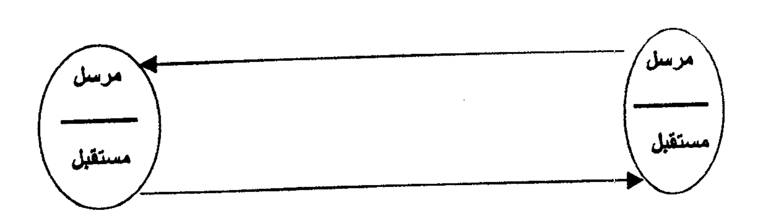



**سمات الاتصال الثنائى :**

يمكننا حصر أهم سمات الاتصال الثنائى وخصائصه فيما يلى :

**١) أنه يتم بين فردين اثنين فقط:**

المرسل والمستقبل ، وفى غالب الأحيان يكون كلٌ منهما مرسلاً ومستقبلاً داخل دائرة اتصالية واحدة ( كما يوضحه الشكل التالى):




وهو ما يطلق عليه الحوار الثنائى ( الديالوج ) .

**٢) وحدة الزمان :**

يقع الاتصال الثنائى فى زمن واحد بالنسبة لطرفى العملية الاتصالية . أما بالنسبة " لوحدة المكان " فقد تتحقق فى الاتصال الثنائى عندما يكون الاتصال بينهما مباشرا ، وقد لا تتحقق إذا ما كان الاتصال الثنائى غير مباشر أى عن طريق استخدام وسيلة اتصال وسيطة بينهما مثل التليفون أو البريد الإلكترونى أو الفاكس .

**٣) توفر رد الفعل الاتصالى :**

يتحقق فى الاتصال الثنائى عنصر رد الفعل الاتصالى سواء بأسلوب مباشر عن طريق العبارات أو الكلمات ، أو من خلال أسلوب غير مباشر ؛ إذ يمكن للقائم بالاتصال أن يستشف رد فعل المتلقى من خلال تعبيرات الوجه ونظرات العينين وإشارات اليدين .

**٤) وجود صلة ما بين طرفي الاتصال الثنائي :**

فلا يمكن أن يتحقق الاتصال الثنائى بدون " صلة ما " بين المرسل والمستقبل ، وذلك يعكس الاتصال الجماهيرى حيث تنعدم الصلة – غالبا – بين القائم بالاتصال وجمهور المتلقين للاتصال .

**أمثلة الاتصال الثنائي :**

- الاتصال بين صديقين .
- الاتصال الأسرى .
- الاتصال بين زميلين أو شريكين .

**ب- الاتصال الجمعي :**

وهو الاتصال الذى يتم بين طرفين :

الطرف الأول : القائم بالاتصال ، ويكون – في غالب الأحيان – فردا واحدا .

الطرف الثانى : المتلقون للاتصال ؛ أى مجموعة من الناس ( سواء كانت مجموعة صغيرة أم كبيرة ) .

**أمثلة الاتصال الجمعي :**

المحاضرة – الندوة – المؤتمر .

**سمات الاتصال الجمعي وخصائصه :**

يمكن حصر سمات الاتصال الجمعى وخصائصه فيما يلى :

- أن القائم بالاتصال - فى الاتصال الجمعى - يكون فردا واحدا فى غالب الأحيان ، وفى بعض الأحيان فردين أو ثلاثة .
- أن المتلقين للاتصال هم مجموعة من البشر ، وقد تكون هذه المجموعة صغيرة ( بضعة أفراد ) أو كبيرة ( عشرات أو مئات من الأفراد) .
- وحدة المكان :

فالقائم بالاتصال يكون موجوداً فى نفس المكان الذى يوجد فيه المتلقون للاتصال .

- وحدة الزمان :

إذ أن المتلقين للاتصال الرسالة الاتصالية الجمعية فى ذات الوقت الذى يلقى فيه المرسل رسالته الاتصالية .

- توفر عنصر رد الفعل الاتصالى فى الاتصال الجمعى :

ويأخذ رد الفعل الاتصالى فى الاتصال الجمعى عدة أشكال هى :

& رد الفعل الايجابى :

مثل : الموافقة - التصويت - التصفيق .

& رد الفعل السلبى :

مثل : عدم الموافقة - الاستهجان - الانصراف من المكان الذى يتم فيه الاتصال .

& رد الفعل المباشر :

مثل : الموافقة - الأسئلة والحوار - التصفيق .

& رد الفعل غير المباشر :

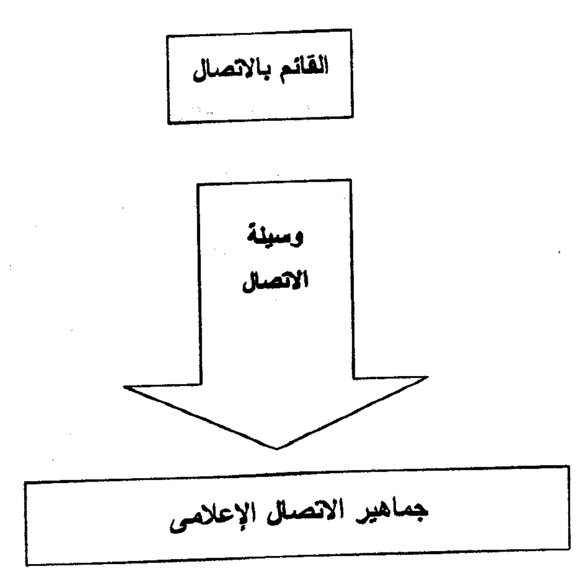
مثل : علامات الرفض من خلال تعبيرات الوجه وإشارات اليدين أو الاستغراق فى النوم .

**جـ - الاتصال العام ( الجماهيري ) :**

وهو الاتصال الذى يستهدف جمهورا متعدد الاتجاهات متباين العادات والتقاليد مختلف الثقافات والمستويات .

ويوضح الشكل التالى عملية الاتصال الجماهيرى ( الإعلامى ) :

[الشكل رقم (٧) الاتصال الجماهيرى]




**خصائص الاتصال الجماهيري :**

يمكن حصر أهم خصائص الاتصال الجماهيرى وسماته فيما يلى :

❖ الرسالة الاتصالية موجهة إلى قطاع كبير من الجماهير ( وهى جماهير تتفاوت فى مستوياتهم الفكرية ، وتتعارض وتتناقض فى آرائها ، وتتعدد ميولها واتجاهاتها ورغباتها ) .

❖ يختلف عنصر الزمن فى الاتصال الجماهيرى حسب طبيعة وسيلة الاتصال ( الجماهيرية ) المستخدمة :

- ففى الاتصال التليفزيونى :

تتحقق وحدة الزمن عندما يكون البث التليفزيونى مباشرا ( البث الحى )، أى على الهواء مباشرة ، ولا تتحقق وحدة الزمن بين المرسل والمستقبل عندما يكون البث التليفزيونى مسجلا ، وينطبق نفس الحال بالنسبة للإذاعة .

❖ فى الاتصال الجماهيرى – أيضا – تختلف وحدة المكان ولاسيما بالنسبة للإذاعة والتليفزيون ، مع الاختلاف النسبى بالنسبة للسينما .

❖ لا يتحقق فى الاتصال الجماهيرى عنصر ( رد الفعل الاتصالى ) ، حتى فى حالات الحوار الإذاعى أو التليفزيونى " المفتوح مع الجمهور على الهواء " ، لا يمكن أن يتحقق معها عنصر رد الفعل الاتصالى ؛ لأنها حالات استثنائية ومحدودة ويصعب على كثير من المشاهدين أو المستمعين التعبير بسهولة ويسر عن رد فعلهم تجاه الرسالة الاتصالية الإذاعية أو التليفزيونية ، كما هو الحال بالنسبة للاتصال الذى يتم أثناء الندوة أو المحاضرة أو المؤتمر .

## مهارات الاتصال الكمى

تختلف المهارات الاتصالية الواجب توافرها فى القائم بالاتصال الكمى وفقا لتصنيف هذا الاتصال الكمى ، وذلك على النحو التالى :

- **مهارات الاتصال الثنائى :**

- **المصداقية :**

إذ يتوفر فى العملية الاتصالية الثنائية عنصرى وحدة الزمان والمكان بالاضافة إلى توفر رد الفعل الفورى من جانب المتلقى للاتصال وبالتالى فإن عدم مصداقية القائم بالاتصال فى الاتصال الثنائى تكون واضحة ومن السهل على المتلقى للاتصال اكتشافها .

- **وجود اهتمام مشترك:**

بين القائم بالاتصال والمتلقى للاتصال ، أو توفر صلة ما بينهما (صداقة – زمالة – عاطفة .....الخ ) .

- **مهارات الاتصال الجمعى :**

بجانب المهارتين السابقتين ، فإنه يجب توافر المهارات التالية فى الاتصال الجمعى :

**#الجاذبية :**

يجب أن تتوفر فى القائم بالاتصال – فى الاتصال الجمعى – الجاذبية الشخصية لدى المتلقين للاتصال .

#الاستحواذ :

يجب على القائم بالاتصال – في الاتصال الجمعي – أن يستحوذ على اهتمام المتلقين استحواذا ( عقليا – أو عاطفيا – أو نفسيا ) ومن مظاهر الاستحواذ في الاتصال الجمعي :

الإنصات التام – الهدوء – الاهتمام بالقائم بالاتصال – الحرص على التواجد في الموعد المحدد للاتصال الجمعي – عدم التخلف عن موعد ومكان الاتصال الجمعي – الشعور والتيقن بالعائد من الاتصال الجمعي "بالنسبة للمتلقين" .

- **مهارات الاتصال الجماهيري :**

بجانب المهارات السابقة ( المصداقية – وجود الاهتمام المشترك – الجاذبية – الاستحواذ ) ، فإنه يجب توافر مهارات أخرى في الاتصال الجماهيري هي :

#القدرة على التأثير :

وهو ما يطلق عليه علماء الاجتماع الشخصية المؤثرة ، ذلك أن عملية التأثير والإقناع في الاتصال الجماهيري عملية أكثر تعقيداً واكبر صعوبة من الاتصال الثنائي أو الجمعي للأسباب التالية :

- تباين المستوى المعرفي للمتلقين .
- صعوبة التعرف على رد فعل المتلقين في الوقت المناسب .
- الاتصال الجماهيري يكون دائما اتصالا غير مباشر أي عبر وسيلة اتصال بين القائم بالاتصال والمتلقين للاتصال .

#الشخصية القيادية :

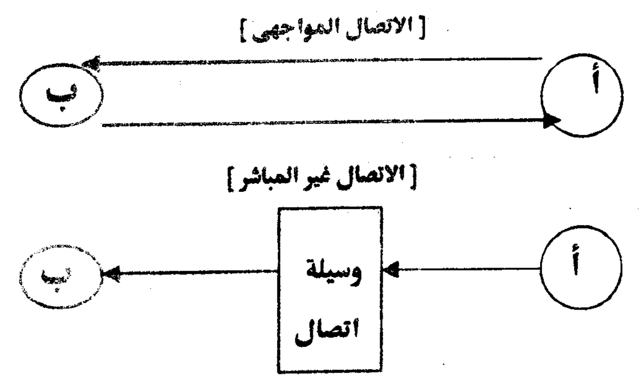
يجب أن تتوافر في شخصية القائم بالاتصال سمات وخصائص الشخصية القيادية وهو ما يطلق عليه علماء السياسة " الشخصية الكاريزمية" وهي الشخصية التي يكون لها مكانة عالية لدى الجماهير وتستحوذ على عقولهم وعواطفهم .

## ثانيا : من حيث المواجهة ( المباشرة )

يمكن تصنيف الاتصال من حيث وجود حالة مواجهة ( مباشرة ) بين أطراف العملية الاتصالية أو عدم وجودها إلى نوعين أساسيين من الاتصال :

أ- الاتصال المواجهي :

ويسمى أيضا الاتصال المباشر ، وهو الذي يتم بين القائم بالاتصال والمتلقي للاتصال وجها لوجه ( Face to Face ) ، ويكون في شكل حوار دائري يتحقق معه رد الفعل الاتصالي ، وذلك ما يوضحه الشكل التالي :[الشكل رقم (٨) الاتصال المواجهي والاتصال غير المباشر]



## ب- الاتصال غير المباشر :

وهو الاتصال الذى يتحقق عبر " قناة اتصالية " بين المرسِل من جانب والمستقبل من جانب آخر ، حيث لا يكون القائم بالاتصال موجوداً مع المتلقى للاتصال فى مكان واحد ، بل لا يرى أحدهما الآخر مثل الاتصال عبر التليفزيون ؛ إذ لا يرى المذيع التليفزيونى المشاهدين ، وكذلك الاتصال عبر الإذاعة حيث لا يرى كل من المذيع والمستمعين بعضهما البعض ، ونفس الحال فى " الاتصال الطباعى " عبر الجريدة أو المجلة ؛ فقد يظل الكاتب أو المحرر مجهولا بالنسبة للقارئ طول العمر .

## الفرق بين الاتصال المواجهى ( المباشر ) ، والاتصال غير المباشر :

يمكن التفرقة بين الاتصال المباشر ( المواجهى ) من جانب ، والاتصال غير المباشر ( غير المواجهى ) من جانب آخر من خلال الأمور التالية :

- تتحقق وحدة الزمن فى الاتصال المباشر ( المواجهى ) ، بينما لا تتحقق فى الاتصال غير المباشر ( غير المواجهى ) فى بعض الأحيان ؛ إذ تتحقق بالنسبة للاتصال الحى " المباشر " ولا تتحقق فى المواد الإعلامية المسجلة.
- تتحقق وحدة المكان فى الاتصال المباشر ( المواجهى ) ، بينما لا تتحقق وحدة المكان فى الاتصال غير المباشر ( غير المواجهى ) .
- يتحقق رد الفعل الاتصالى فى الاتصال المباشر ( المواجهى ) ولكنه غير وارد حدوثه فى الاتصال غير المباشر ( غير المواجهى ) .

- يمكن للقائم بالاتصال أن يستشعر رد فعل المتلقين للاتصال مباشرة وفى نفس توقيت الاتصال ، كما يمكنه أن يستشف مدى تقبلهم للرسالة الاتصالية ( فى حال الاتصال المباشر والمواجهى ) ، والعكس صحيح ، فى الاتصال غير المباشر ( غير المواجهى ) .

## مهارات الاتصال
## فى الاتصال المواجهى أو الاتصال غير المباشر

يمكن الإشارة إلى أهم المهارات التى يجب توافرها فى الاتصال المواجهى أو غير المباشر فيما يلى :

- **مهارات الاتصال المواجهى :**

هى ذاتها مهارات الاتصال الكمى :

[ المصداقية – وجود اهتمام مشترك – الجاذبية – الاستحواذ ]

- **مهارات الاتصال غير المباشر :**

هى ذاتها أيضا مهارات الاتصال الجماهيرى السالف الاشارة إليها وهى :

[ المصداقية – وجود اهتمام مشترك – الاستحواذ – القدرة على التأثير – الشخصية القيادية ]

### مفهوم حارس البوابة : " Gate Keeper "

يستخدم مفهوم " حارس البوابة " " Gate Keeper " عند التعرض للاتصال الإعلامى الجماهيرى وبخاصة عند الحديث عن وسائل الإعلام الدولية .[٢٠]

### تعريف حارس البوابة الإعلامية :

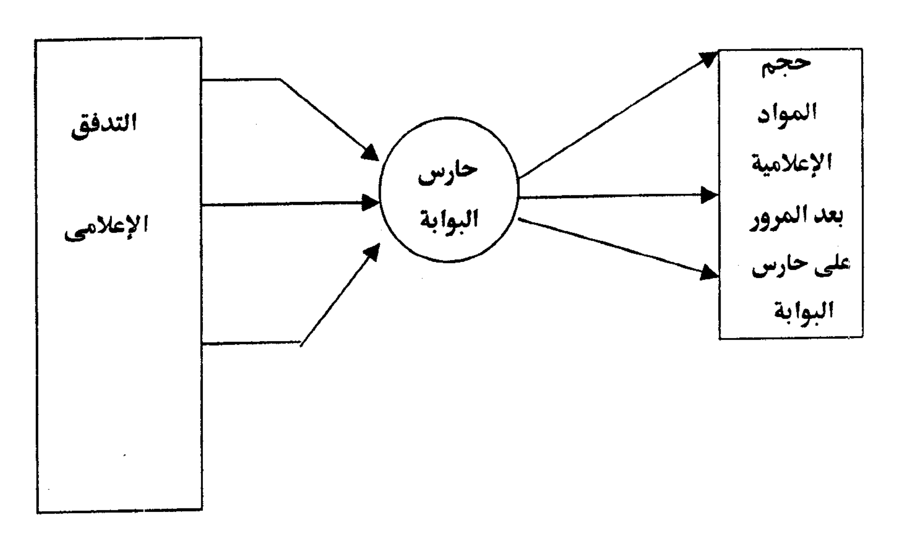
هو شخص مسئول أو جهة رقابية تتولى عملية فرز وفحص المعلومات والأخبار والبيانات والمواد الإعلامية التى يتم نقلها عبر وسائل الإعلام ، وحذف ما يراه منها مخالفا للنظام العام فى الدولة .

ويسود مفهوم " حارس البوابة الإعلامية " فى الدول غير الديمقراطية ؛ ذلك لأن الدول الديمقراطية تأخذ بنظام " التدفق الإعلامى الحر " وليس بنظام حارس البوابة . وبناءً على ذلك ، يتعاظم دور "حارس البوابة " فى المجتمعات المغلقة إعلاميا والدول الديكتاتورية ، ويقل هذا الدور فى الدول نصف الديمقراطية ، بينما ينعدم هذا النظام تماما فى الدول الديمقراطية .

والشكل التالى يوضح دور " حارس البوابة " :

---

[٢٠] جون . ر . بيتر ، الاتصال الجماهيرى ، ترجمة : عمر الخطيب ، لبنان ( بيروت ) : المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، ١٩٨٧ .




[ الشكل رقم (٩) حارس البوابة ]

فحارس البوابة إذن هو " المصفاة الإعلامية " التي يتم من خلالها تنقية وترشيح وتعديل وتهذيب وتحوير المواد الإعلامية ( المرئية والمطبوعة والمسموعة ) قبل وصولها إلى الجماهير ولا سيما المواد الإعلامية الخارجية ( الأجنبية ).

ولكن ... التقدم التكنولوجي الهائل في وسائل الإعلام بدد -في العصر الحالي - مفهوم "حارس البوابة الإعلامية "، وأنهى- إلى حد كبير - تأثيره المهم على حرية تدفق المعلومات والتحكم في عملية عبورها من القائم بالاتصال أو المنتج الإعلامي إلى الجمهور . وبالتالي، لم يعد في مقدوره " حارس البوابة الإعلامية " القيام بوظائفه الرقابية على النحو الذي كان متاحاً له بالأمس القريب؛ لأن التطور المذهل في التقنية الإعلامية قد أضعف - إلى حد كبير - مهمة " حارس البوابة الإعلامية ".

ومن أهم الأمثلة لهذه الوسائل التكنولوجية التى قضت على وظيفة " حارس البوابة " :

- البث التليفزيونى الفضائى عبر الهوائيات الفضائية .
- الإنترنت .

فليس فى مكنة حارس البوابة ( فردا كان أم منظمة أو جهة رقابية) أن تقف حائلا ومراقبا ومتحكما فى العلاقة الاتصالية بين المرسِل والمستقبل عبر الإنترنت أو البث الفضائى الإذاعى أو التليفزيونى .

## ثالثا : من حيث القائم بالاتصال

يُنظر لنوعية الاتصال من جانب القائم بالاتصال ( المرسل ) نظرة تتوافق مع نوعية وسيلة الاتصال التى يستخدمها القائم بالاتصال .

وبناءً على ذلك ، ينقسم الاتصال - وفقا لهذا المعيار - إلى أربعة أنواع رئيسة هى :

**أ- الاتصال المطبوع :**

ويقصد به الصحف والمجلات والكتب والدوريات .

**ب- الاتصال المذاع :**

ويقصد به الراديو والشرائط المسجلة .

**ج- البث التليفزيونى :**

ويقصد به الاتصال عبر التليفزيون .

**د- البث الإلكترونى :**

ويقصد به الاتصال عبر الإنترنت .

والاتصال عبر الإنترنت يتم بطريقتين :

الأولى : من خلال زيارة يقوم بها متلقى الاتصال للمواقع المختلفة على الإنترنت.

الثانية : من خلال البريد الإلكترونى الذى يتلقاه ( المستقبل ) ؛ أى المتلقى للاتصال من الآخرين .

## مهارات الاتصال وفقا لمعيار القائم بالاتصال

تختلف مهارات الاتصال وفقا لمعيار القائم بالاتصال وفقا لنوعية الوسيلة الاتصالية التى يستخدمها وهى ما يطلق عليه " مهارات استخدام وسائل الاتصال " وهى :

### مهارات الاتصال المطبوع :

يجب أن تتوافر فى الاتصال المطبوع المهارات التالية :

**(١) الإخراج الجيد للمطبوع :**

سواء كان المطبوع جريدة أو مجلة أو كتاب أو دورية ، يجب أن يحسن القائم بالاتصال المطبوع إخراج المطبوع على الصورة اللائقة والتى من شأنها لفت انتباه المتلقى للاتصال المطبوع واستحسانه لنوعية المطبوع وشكل الإخراج والذى يعتمد على عدة عناصر من أهمها :

[ الإخراج الطباعى – الألوان – الغلاف – نوعية الورق المستخدم فى الطباعة – العناوين ..... الخ ]

**(٢) الاطار الدلالى :**

يجب أن يتحقق مفهوم الاطار الدلالى فى عملية الاتصال المطبوع ( العبارات – الكلمات – المعانى المشتركة – المفاهيم الواحدة) بين القائم بالاتصال والقراء .

**(٣) ترتيب وتنظيم المادة المطبوعة :**

إذ يجب أن تقدم الوجبة الاتصالية المطبوعة فى صورة تشبع رغبات القراء وميولهم من حيث : التنوع – تلبية الاحتياجات المعرفية لدى القراء – التشويق .

**(٤) لغة الاتصال المطبوع :**

يجب أن تتسم المادة المطبوعة بعدة خصائص من أهمها :

[ الوضوح – الدقة – الموضوعية – السهولة – التشويق ]

**مهارات الاتصال المذاع :**

يعتمد الاتصال المذاع على وسيلة واحدة فقط هى وسيلة الاستماع ، فالهدف النهائى للتأثير الاذاعى يصل إلى المستمع من خلال أذنيه ، ومن ثم يمكن تصور مهارات الاتصال الاذاعى فيما يلى :

**(١) الصوت :**

يجب أن يكون " الصوت الإذاعى " مميزاً للمتلقى ( المستمع ) والصوت المميز يجب أن يتصف بالصفات التالية :

[ القوة – الوضوح – الجاذبية ]

**(٢) الموسيقى :**

الاتصال الإذاعى يعتمد إلى حد كبير على " التخيل الإدراكى " لدى المستمعين إذ أن كل فئة من فئات المستمعين تتخيل ما يصل إليها من كلمات أو عبارات على وجه خاص يختلف بطبيعة الحال عن إدراك الآخرين لهذا الصوت وللعبارات المذاعة ومن ثم يكون للموسيقى المنتقاه والمصاحبة للصوت الإذاعى تأثير كبير على المستمعين .

**(٣) الإخراج الإذاعى :**

يؤثر فن الإخراج الإذاعى إلى حد كبير فى نجاح عملية الاتصال الإذاعى على الوجه الذى يسعى إليه القائم بالاتصال الإذاعى ، ومن اهم مفردات الإخراج الإذاعى :

[ الصوت – الموسيقى – أسلوب التقديم – أسلوب العرض الإذاعى ]

**مهارات الاتصال التليفزيونى :**

يتسم الاتصال التليفزيونى بعدة سمات من أهمها :

- الاستحواذ على المشاهدين .
- لا يترك البث التليفزيونى فرصة للمشاهد أن يُمعن خياله ، فالإدراك التخيلى يكاد يكون معدوما فى الاتصال التليفزيونى .
- الجاذبية ، إذ يعتمد الاتصال التليفزيونى على تأثير كلا من الصوت والصورة معاً .

وبناءً على ذلك ، فإن أهم مهارات الاتصال التليفزيونى هى :

**(١) معيار الجمال :**

طالما يعتمد الاتصال التليفزيونى على " الصورة " بصفة أساسية فلابد وأن يتوافر العنصر الجمالى فى هذه الصورة الاتصالية ، ومن أهم مفرداتها :

[ جمال الصورة – جمال الديكور – جمال الأشخاص – الأناقة ]

**(٢) الجاذبية :**

يجب أن تتوفر فى المادة التليفزيونية عناصر الجاذبية والتشويق لدى المشاهدين مثل :

[ التنوع فى بث المواد التليفزيونية – الحداثة والتجديد – اشباع رغبات المشاهدين – وجود صلة اتصالية بين القائمين على الاتصال التليفزيونى من جانب والمشاهدين من جانب آخر مثل برامج الرأى العام أو الحوار التليفزيونى الحى ] .

**(٣) مهارة الأبهار :**

وعناصر الإبهار فى الاتصال التليفزيونى :

[ حسن الإخراج التليفزيونى – الألوان – الحركة – الأزياء – الموسيقى – التنوع – التجديد – .....]

**(٤) مهارة البث الحى :**

هناك فرق كبير بين المواد التليفزيونية المسجلة ، والمواد التليفزيونية التى تبث من موقع الحدث والتى تسمى " البث الحى " ، ذلك أن البث الحى أكثر تأثيرا فى المشاهدين من البث المسجل ، وبناءً على ذلك يجب أن يتسم البث الحى بالصفات التالية :

- سرعة نقل الأحداث للمشاهدين من موقع الحدث فور حدوثه ( مهارات إدارية ) .
- مهارة الإخراج التليفزيوني للمواد الحية ( مهارات الإخراج التليفزيوني ).
- البديهة الذهنية وسرعة التصرف السليم خاصة في المواقف غير المتوقعة أو الحرجة ( مهارات المذيع ) .

**مهارات الاتصال عبر الإنترنت :**

وهي من المهارات المستحدثة باعتبار أن وسيلة الاتصال عبر الإنترنت من وسائل الاتصال المستحدثة وهي تعتمد على مجموعة مركبة من المهارات وهي :

[ الثقافة العامة – فن الخطاب الاتصالي عبر الإنترنت – التقنية العالية ] .

## رابعا : من حيث المتلقي للاتصال

يمكن تصنيف نوعية الاتصال من جانب المتلقي للاتصال ( المستقبل ) ، وكيفية تلقيه واستيعابه لهذا الاتصال وفقا للتصنيفات التالية والتي تمثل الصورة المقابلة للمعيار السابق ( معيار القائم بالاتصال ) :

**أ- الاتصال المقروء :**

هو الاتصال الذي تتحقق فيه العملية الاتصالية عن طريق " قراءة " الرسالة الاتصالية بمعرفة المتلقي للاتصال ( المستقبل ) ، وهو يقابل – بطبيعة الحال – الاتصال المطبوع طبقا للمعيار السابق .

**ب- الاتصال المسموع :**

وهـو الاتصـال الـذى يـتلقى فـيه المـتلقى ( المسـتقبل ) الرسـالة الاتصالية عن طريق " السمع " ، وهو يقابل الاتصال المُذاع طبقا للمعيار السابق .

ويعد الاتصال المسموع هو الأكثر استخداما عن غيره من الأنواع الأخرى من الاتصالات بحيث يمكن لكل الناس تلقى الاتصالات بهذه الوسيلة التى تـتواءم مع كل مستويات الجمهـور ،حتى هـؤلاء الذيـن يجهلـون القراءة والكتابة ، وذلك بعكس الاتصال ( المطبوع أو المقروء ) الـذى يتطلـب معـرفة المـتلقى للاتصـال للقـراءة والكـتابة ، وبالـتالى لا يـتمكن الشـخص الأمـى مـن اسـتخدام وسـيلة الاتصـال المطـبوعة أو المقروءة .

**جـ- الاتصال المرئى المسموع :**

جرى العرف بين علماء وخبراء الإعلام على تسمية هذا النوع الاتصالى بـ " الاتصال المرئى " . والمقصود به – من وجهة نظرهم – هو الاتصـال الـذي يـتم بـين المرسـل والمسـتقبل عـبر وسـيلة مرئـية مـثل : التليفزيون – السينما – الفيديو .

ولعل شيوع استخدام صفة " المرئى " لتصنيف هـذه الوسـائل يرجع إلى ثلاثة أسباب هى:

- لأن المشاهدة – من وجهة نظرهم – أهم من السمع .
- لأن الاستماع إلى الوسيلة ( المرئية المسموعة ) يعد أسلوبا ثانويا – من وجهة نظرهم – بجانب المشاهدة .

- للتفرقة بينها وبين الوسيلة المسموعة .

ولكن المسمى العلمى لوسائل ( التليفزيون – السينما – الفيديو ) هو الوسيلة المرئية المسموعة للأسباب التالية :

١. أن الجمهور يتلقى هذه الوسائل عن طريق المشاهدة والسمع معاً دون تغليب حاسة منهما على الأخرى .
٢. ارتباط الصورة الحركية التى يراها المشاهد مع الصوت المصاحب لهذه الصورة ارتباطا لا يقبل التجزئة فى غالب الأحوال ، ويندر الاعتماد على إحداهما دون الأخرى ؛ فقد يفضل البعض إلغاء صوت التليفزيون والاكتفاء بالمشاهدة فقط ، وقد يفضل البعض الاستماع إلى التليفزيون دون المشاهدة ، ولكنها حالات استثنائية ومحدودة .
٣. أن هذا المسمى يتفق مع كيفية تلقى المستقبل لهذه الوسيلة ؛ إذ يتلقاها بحاستى النظر والسمع معاً .

**د- الاتصال المرئى المقروء:**

وهو نوع جديد من الاتصال الحديث يعتمد على عنصرى المشاهدة والقراءة معاً ، ومثاله العملى هو وسيلة " الإنترنت " ؛ إذ يجمع بين عنصرى المشاهدة والقراءة فى وسيلة واحدة .

**مهارات الاتصال من حيث المتلقى للاتصال**

هى ذاتها مهارات الاتصال وفقا لمعيار القائم بالاتصال السالف عرضها ، ذلك أن تصنيف الاتصال من حيث القائم بالاتصال هو ذاته

– من الوجهة المقابلة – تصنيف الاتصال من حيث المتلقى للاتصال وفقا لمعيار القائم بالاتصال [ المطبوع – المذاع – التليفزيونى – الإنترنت ] ، وهو وفقا لمعيار المتلقى للاتصال [ المقروء – المسموع – المرئى المسموع – المرئى المقروء ] .

## خامسا : من حيث موضوع الاتصال

تتباين – إلى حد كبير – أنواع الاتصالات بالنظر إلى موضوعاتها ؛ ذلك لأن الموضوعات الاتصالية تتعدد بشكل كبير فى المجتمعات الحديثة .

ومن أشهر موضوعات الاتصال :

**أ- الاتصال السياسى :**

**ما هو الاتصال السياسى ؟**

**يعرف أحد علماء الإعلام الاتصال السياسى بأنه :[٢١]**

**" ذلك الجزء من النشاط الاتصالى الذى تقوم به الهيئات المتخصصة فى بث المعلومات والأفكار والمواقف عن الشئون الحكومية " .**

**ومن أمثلة الاتصال السياسى :**

المؤتمرات والندوات والمناظرات السياسية ، أو الموضوعات السياسية التى تبث أو تذاع أو تنشر عبر وسائل الاتصال المباشرة أو الجماهيرية .

---

[٢١] أحمد بدر ، الاتصال بالجماهير والدعاية الدولية ، الكويت : دار القلم ، ١٩٧٤ .

**ب- الاتصال الثقافي :**

هو الاتصال الذى تقوم به الأجهزة الثقافية والإعلامية والذى يدور حول تنمية الثقافة بين الناس ، والتبادل والحوار الثقافى .

ومن أمثلة الاتصال الثقافى :

المسرح – السينما – المعارض الثقافية والفنية – الندوات والمحاضرات الثقافية والأدبية .

**ج- الاتصال الاقتصادي :**

وهو الاتصال الذى يقوم به رجال الاقتصاد أو المؤسسات والهيئات والشركات الاقتصادية ، ويتعلق بالتنمية الاقتصادية أو التبادل والتسويق والإنتاج الاقتصادى .

ومن أمثلة الاتصال الاقتصادى :

- المعارض والأسواق والمنتديات الاقتصادية .
- الإعلانات فى كافة صورها وأشكالها وأنواعها .
- وسائل الإعلام الاقتصادية " المتخصصة " مثل المجلات الاقتصادية .

**د- الاتصال الديني :**

وهو الاتصال الذي يقوم به رجال الدين والدعاة أو المؤسسات الدينية لنشر المعتقدات والأفكار الدينية ، وتكوين اتجاهات الناس ، وتوجيههم سواء فى مجال الفكر أو الأخلاق ، وتنظيم علاقاتهم بسائر

الموجودات التى تحيط بهم ليروا كافة المتغيرات التى تكتنف حياتهم من خلال هذا المنظور .[٢٢]

ومن أمثلة وسائل الاتصال الدينى :

- دور العبادة ، وخاصة المساجد والجوامع .
- المؤتمرات والندوات والمحاضرات واللقاءات الدينية .
- الأفلام والشرائط الدينية " المسجلة " .
- وسائل الإعلام الدينية المتخصصة مثل : المجلات الدينية – قنوات التليفزيون الدينية – محطات الإذاعة الدينية .

**هـ – الاتصال الاجتماعي :**

وهو الاتصال الشخصى الذي يمارسه الإنسان مع ذويه .

ومثال الاتصال الاجتماعى :

علاقات الأسرة والعائلة والأصدقاء والزملاء .

ومن أشهر نماذج الاتصال الاجتماعى :

- الخطبة والزواج .
- العلاقات الاجتماعية العامة والخاصة .
- الشراكة بين الزملاء أو الأصدقاء أو الجيران فى موضوعات اجتماعية.

---

[٢٢] محيى الدين عبد الحليم ، الرأى العام فى الإسلام ، القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٩٠ .

**و- الاتصال الرياضي :**

وهو الاتصال الفردى أو الاقليمى أو الدولى الذى يتعلق بالتنافس الرياضى وتنمية المهارات الرياضية وصقل الثقافة الرياضية بين ممارسى وجماهير الرياضة .

ومن أمثلة وسائل الاتصال الرياضى :

- وسائل الإعلام الرياضية المتخصصة مثل : الصحف والمجلات الرياضية ، وقنوات التليفزيون ومحطات الإذاعة الرياضية .
- اللقاءات والمنازلات والمسابقات والتجمعات الرياضية .
- المناسبات والدوريات الرياضية مثل دورات الألعاب الأوليمبية .

**ز- الاتصال العاطفي :**

وهو العلاقات بين الأفراد والتى تتضمن الاتجاهات والميول والانحيازات النفسية والمعنوية تجاه " الآخر " .

ومن أمثلة الاتصالات العاطفية :

- علاقات الأسرة والعائلة .
- علاقات الجوار والسكن .
- علاقات الصداقة والزمالة .
- علاقة الإنسان بالجنس الآخر .

## مهارات الاتصال
## وفقا لمعيار موضوع الاتصال

عرضنا فيما سبق لأهم موضوعات الاتصال وهى :

[ الاتصال السياسى .... الثقافى ..... الاقتصادى ...... الدينى .....
الاجتماعى .... الرياضى ..... العاطفى ]

ونعرض فيما يلى لأهم المهارات الاتصالية لكل نوع منها :

**مهارات الاتصال السياسى :**

يمكن النظر إلى مهارات الاتصال السياسى من خلال منظورين :

**المنظور الأول : فن الممارسة السياسية .**

**المنظور الثانى : مهارات الاتصال الانتخابى .**

**(أ) فن الممارسة السياسية :**

تعتمد مهارات فن الممارسة السياسية على مجموعة من الأساليب " العلمية والعملية " والتى تتطلب من القائم بالاتصال السياسى عددا من المهارات والخبرات المتعددة ، ومن أهم هذه الأساليب :[٢٣]

- **أسلوب النموذج :**

وهو عبارة عن " بناء فكرى " يمثل المواقف المادية المتاحة أو المتوقعة ، إذ قد يكون هذا النموذج الثنائي حقيقى أو إفتراضى وبالتالى يعبر هذا النموذج عن المثل الأعلى المراد تحقيقه أو النمط الذى يرجى اتباعه .

---

[٢٣] محمد نصر مهنا ، وعبد الرحمن الصالحى ، علم السياسة بين التنظير والمعاصرة ، الأسكندرية : منشأة المعارف ، ١٩٨٥ .

ومن امثلة النماذج السياسية : نموذج أفلاطون فى الدولة المثالية ، ونموذج أرسطو فى الدساتير المثالية للمجتمعات المختلفة .

- **أسلوب المحاكاة :**

وهو عبارة عن محاولة إنتاج المظاهر المختارة من النظام سواء كان ذلك فى معمل أو فى موقف تجريبى ، ويمكن استخدام أشخاص حقيقيين أو عقول اليكترونية لتنفيذ أسلوب المحاكاة . ويعتمد هذا الأسلوب على خلق بيئة مناسبة وموازية وعلى الشخص المحاكى أن يستوعب كافة المتغيرات والعوامل المؤثرة فى البيئة السياسية كى يتمكن من تقديم الحلول والمقترحات المناسبة وفقا لأسلوب المحاكاة.

- **أسلوب التفاوض :**

تعتمد مهارات أسلوب التفاوض السياسية على عدة تكنيكات مهارية من أهمها :

- تكنيك الضغط السياسى .
- تكنيك الحصار السياسى .
- تكنيك الخطوة خطوة .
- تكنيك أجندة التفاوض .
- تكنيك كروت التفاوض .
- تكنيك الصياغة .

- **أسلوب المباريات :**

ويسمى هذا الأسلوب – غالبا – بنظرية المباريات وملخص هذه النظرية أن القيمة = صفر ، ومعناها أن ما يخسره الطرف "أ" فى عملية إدارة الصراع – أيا كان نوع الصراع – يساوى تماما وبنفس القدر والقيمة ما يكسبه الطرف "ب" دون زيادة أو نقصان .

**(ب) مهارات الاتصال الانتخابى :**

من أهم الممارسات السياسية – على المستوى الشخصى – هو الاتصال الانتخابى والذى يعتمد اعتمادا أساسيا على الدعاية الانتخابية .

**تعريف الدعاية الانتخابية :[٢٤]**

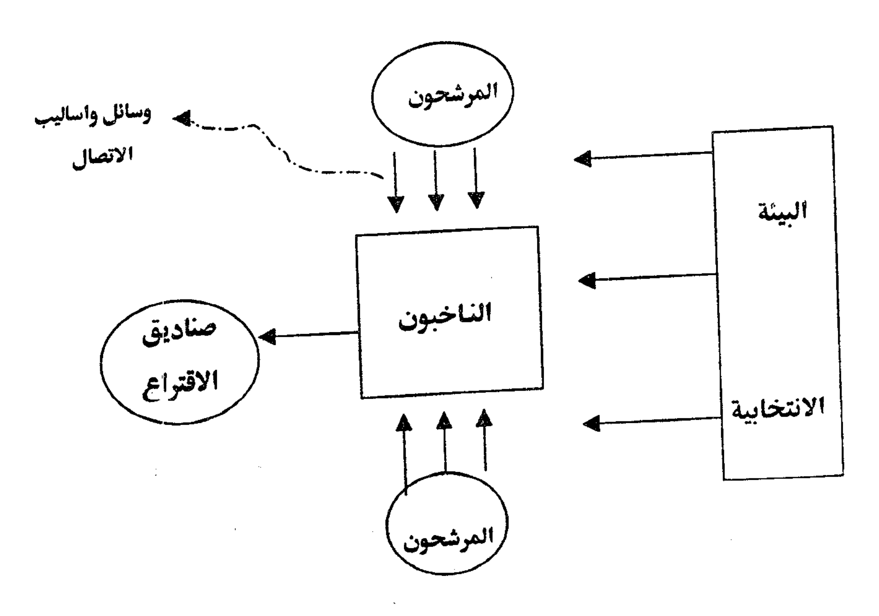
هى الأنساق الاتصالية المباشرة وغير المباشرة التى يمارسها مرشح أو حزب بصدد حالة انتخابية معينة بهدف تحقيق الفوز فى الانتخابات عن طريق الحصول على أكبر عدد من أصوات الهيئة الناخبة .

**نموذج الاتصال الانتخابى :[٢٥]**

يوضح الشكل التالى مفردات نموذج الاتصال الانتخابى :

---

[٢٤ : ٢٥] محمد كمال القاضى ، الدعاية الانتخابية ( دراسة نظرية وتطبيقية ) ، القاهرة : المؤلف ، ١٩٩٥ .




[ الشكل رقم (١٠) نموذج الاتصال الانتخابى ]

لكى يحقق المرشح السياسى أهدافه عن طريق الحصول على أكبر عدد ممكن من أصوات الهيئة الناخبة ، يجب عليه أن يتصف بالعديد من المهارات الاتصالية التى تحقق له الهدف المنشود وذلك عن طريق استمالة واقناع الناخبين الذين ينقسمون إلى ثلاث فئات هى :

**فئة المؤيدين :**

وهم الموالون للمرشح ، وينقسمون إلى ثلاثة مستويات :

- الأنصار والمعاونون ( الدائرة الأولى المحيطة بالمرشح ) .
- المؤيدون بشدة ( الدائرة الثانية ) .
- المؤيدون ( الدائرة الثالثة ) .

**فئة المحايدين ( صفر ) :**

وتنقسم هذه الفئة إلى نوعين :

- المحايد الايجابى :

وهـو مـن لديـه نـية المشـاركة فـى الانـتخابات ولكـنه لم يحـدد موقفـه الانتخابى بالنسبة للمرشحين .

- المحايد السلبى :

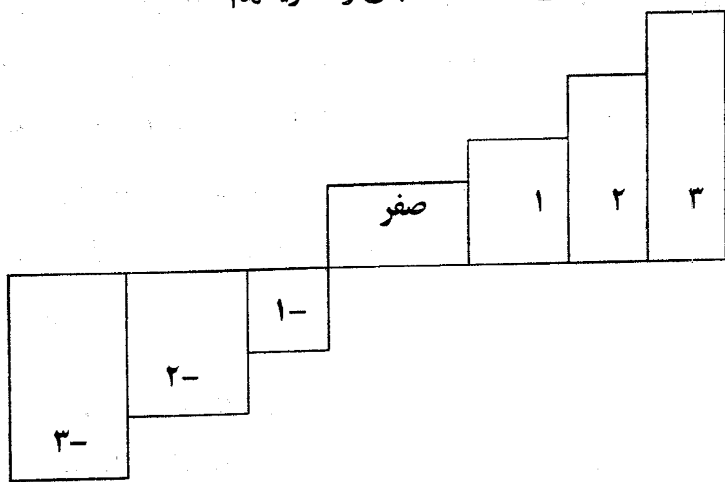
وهم فئة العازفين عن المشاركة فى الانتخابات .

**فئة المعارضين :**

وتنقسم هذه الفئة بدورها إلى ثلاث مستويات :

- المعارض ( -١ )
- المعارض بشدة ( - ٢ )
- أنصار ومعاونى الخصم ( - ٣ )

ويوضح الشكل التالى فئات الناخبين ومستوياتهم :




[ الشكل رقم (١١) فئات الناخبين ومستوياتهم ]

قد يبدو هذا الجدول التدريجى فى غاية اليسر والسهولة إذا ما كان التنافس الإيجابي بين شخصين فقط ، ولكن تزداد الصعوبة والتعقيد عندما يكون التنافس بين عدة أشخاص وتتفاقم الصعوبة كلما زاد عدد المرشحين المنافسين ، فبالنسبة للمؤيدين فهم لا يثيرون أى مشكلة ، ولكن تثور وتتعقد أشكال الاتصال الانتخابى عندما تتعدد اتجاهات المعارضين فتتعدد تبعا لذلك فئات هذا الاتجاه فيكون على المرشح مواجهة عدة فئات من المعارضين .

ويسعى المرشح إلى توسيع اتجاه المؤيدين له خاصة فئة ( المؤيد "أ" )فتلك الفئة من بين اتجاه المؤيدين هى التي يمكن أن تكون هدفا لحملات المرشحين المنافسين ومن ثم يجب على المرشح عدم الارتكان إلى تسكينهم بالفئة (أ) والعمل على زيادة درجة تأييدهم وذلك بتحويلهم إلى مؤيدين بشدة ( فئة ٢ ) على الأقل أو إدخالهم في فئة الأنصار والمعاونيين ( ٣ ) ، أما بالنسبة لاتجاه المحايدين – خاصة المحايد السلبى– فهى لا تختلف سواء كان المرشحون اثنين أو أكثر ، ولكن تثور المشاكل بالنسبة لفئات المعارضين ( المعارض –١ ) أو ( المعارض بشدة –٢ ) أو ( معاونى وأنصار الخصوم –٣ ) فهى تتعدد بتعدد المرشحين المنافسين .

**مهارات الإقناع الانتخابى :**

وفقا للشكل التوضيحى للاتجاهات الثلاثة لهيئة الناخبين ( المؤيدون – المحايدون – المعارضون ) والدرجات الثلاث لكل اتجاه منها فإنه يمكن تحديد مراحل استمالة الناخبين وفقا لما يلى :

**المرحلة الأولى :**

مرحلة توسيع دائرة الأنصار والمعارضين وهى أهم المراحل في الاستمالة وذلك أن الأنصار والمعاونين يشكلون الأساس الذي تبدأ منه خطط الاستمالة وبقدر ما تتسع دائرة الأنصار والمعاونين بقدر ما يحقق الاتصال الانتخابى أهدافه ، ويقصد باتساع تلك ( الدائرة الأولى) :

- الاتساع الكمى : بزيادة عدد الأعضاء والمعاونين .
- الاتساع الكيفى : ويتمثل في شدة التأييد .

وتدور أهداف هذه المرحلة حول تحويل أكبر عدد ممكن من المؤيدين ( فئة ١ ) إلى مؤيدين بشدة ( فئة ٢ ) ، والمؤيدين بشدة إلى فئة الأنصار والمعاونين ( فئة ٣ ) .

**المرحلة الثانية :**

وهى المرحلة التي تستهدف تحويل فئة المحايد الايجابى ( صفر ) إلى فئة المؤيد (١) ، وتتضمن هذه المرحلة عمليتى تحويل للاتجاهات هى :

× تحويل فئة المحايد الايجابى ( صفر ) الذي لديه ميل للانضمام للمرشح إلى فئة المؤيد (١) .

× تحويل فئة المحايد الايجابى (صفر) والذي لديه ميل للانضمام إلى المنافس وتغيير اتجاهه لصالح المرشح .

**المرحلة الثالثة :**

وتنصب جهود هذه المرحلة على فئة المحايد السلبى (صفر) ، وتعد من أهم مراحل الاتصال الاقناعى الانتخابى للأسباب التالية :

• تتسم هذه الفئة – غالبا – بكثرة أعداد المنتمين إليها سيما في ظل وجود ظاهرة العزوف السياسي بوجه عام .

• هى الفئة الحاسمة في تحقيق الفوز في الانتخابات ، لأنها هى الدائرة – الوسط – التي تصب فيها مختلف وسائل وأساليب دعايات كل المرشحين إذ يفترض ثبات كل من اتجاه المؤيدين " بفئاته الثلاث " واتجاه المعارضين ( بفئاته الثلاث ) منذ بداية الحملات الانتخابية لكل المرشحين . فغالبا ما يدور الصراع الانتخابى بين المنافسين حول استمالة هذه الفئة ، ويحكم الصراع – هنا – أسلوب مهم من أساليب إدارة الصراع السالف ذكرها وهو أسلوب القيمة المحددة Sum-Fixed أو القيمة صفر Zero-Sum وهو ما يعرف أيضا بنظرية القمار أو نظرية الألعاب Game theory ومؤداه أن ما يخسره الطرف الأول يكسبه – بالضرورة – الطرف الثانى ، ذلك أن كل الأرباح في نظر كل الأطراف = صفر ( مثل ألعاب البوكر والبريدج والتوقعات ..... وغيرها ) فأى شئ يفيد أحد المنافسين ولو نسبيا يكون بالضرورة ضارا بذات الدرجة للشخص الآخر .

**شروط الاتصال الاقناعى الانتخابى :[٣٦]**

(١) أن يكون اتصالا هادفا .

(٢) أن يكون مفهوما لدى الهيئة الناخبة ( العبارات – الرموز – الشعارات ).

(٣) مصداقية ومعقولية مضمون الاتصال ( أى قابلية البرامج الانتخابية للتنفيذ ) .

---

[٣٦] محمد كمال القاضى ، الدعاية الانتخابية ، المرجع السابق .

(٤) تنوع وتكامل وسائل وأساليب الاتصال المستخدمة .

(٥) ملاءمة وسائل وأساليب الاتصال للبيئة الانتخابية .

(٦) توافق البرنامج الانتخابى مع رغبات وآمال الناخبين .

(٧) تميز الاتصال الانتخابى عن غيره من اتصالات المرشحين المنافسين وذلك من حيث :

- شكل الاتصال : ( مدى حداثته )
- مضمون الاتصال : ( موضوعات الاتصال )

**مهارات الاتصال الثقافى :**

تعتمد مهارات الاتصال الثقافى على مجموعة من المفردات هى :

- **اللغة :**

إن مدى إنتشار لغة ما بين شعوب العالم يعتبر المقدمة الأولى والأساسية في مهارات الاتصال الثقافى بين الدول ، وعلى هذا الأساس يدور الحديث الآن عن مفهوم " الاستعمار الثقافى " كبديل متطور لمفهوم " الاستعمار السياسي " " والاستعمار العسكري " . لذلك تلجأ كثير من الدول إلى إقامة معاهد تعليم لغتها القومية في كثير من الدول الأخرى لزيادة عدد المتحدثين بهذه اللغة ، ومن ثم العمل على توسيع الرقعة الثقافية للدولة .

- **الترجمة :**

إن الترجمة هى البديل الوحيد لصعوبة انتشار اللغات بين الناس ، إذ تقوم الترجمة بدور مهم وفعال في إنجاح الاتصال الثقافى بين الدول والمجتمعات المختلفة .

- **المنتديات الثقافية الدولية :**

مثل المؤتمرات والندوات والحلقات الثقافية والاحتفاليات والمناسبات الثقافية المتعددة ، إذ تعتبر من اهم مفردات السوق الاتصال الثقافى الدولى بين الدول والمجتمعات والافراد .

**مهارات الاتصال الاقتصادى :**

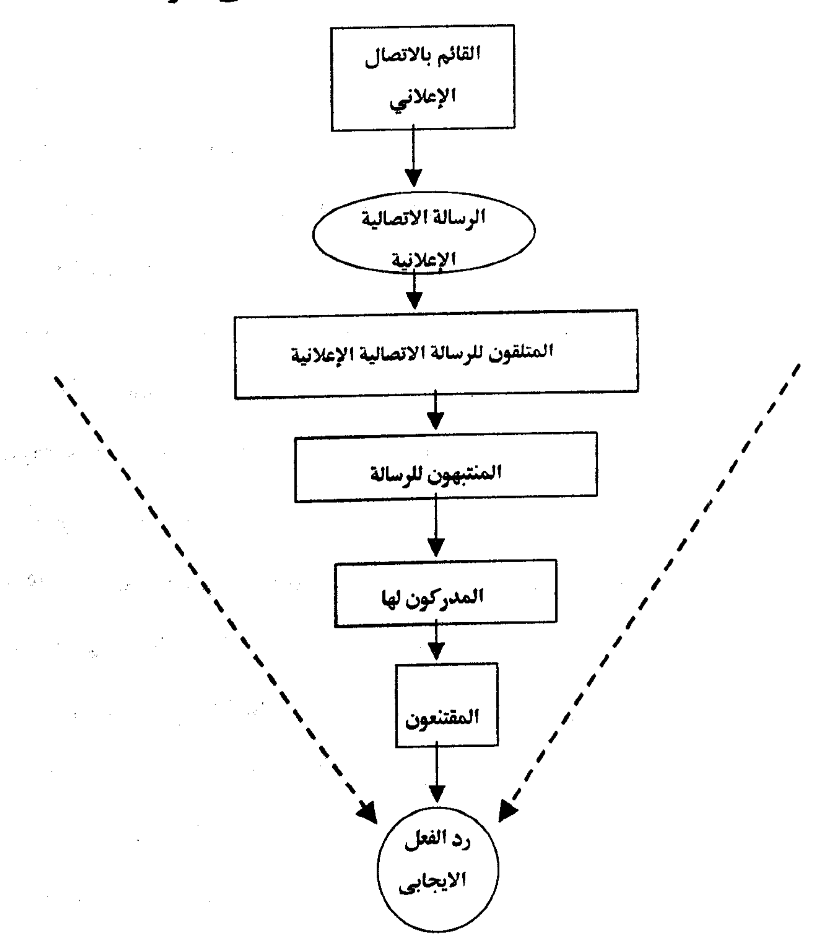
تتعدد إلى حد كبير مجالات الاتصال الاقتصادى كما تتشعب موضوعات الاتصال الاقتصادى بتشعب آليات العلاقات الاقتصادية سواء بين الدول بعضها البعض أو بين المجتمعات والافراد .

ومن أهم مجال الاتصال الاقتصادى هو " الاتصال الإعلاني " ، ويهدف الاتصال الإعلاني إلى تحقيق هدف واحد هو " رد الفعل الايجابى من جانب المتلقين نحو الرسالة الإعلانية " أى قبول الرسالة الإعلانية والاقتناع بها اقتناعا إيجابيا ، وتتدرج مدى إيجابية رد الفعل الاتصالى الناتج عن العملية الاتصالية الإعلانية طبقا للتدرج المعرفى التالى :

- مرحلة الانتباه إلى القائم بالاتصال الإعلاني والالتفات إلى رسالته الاتصالية .
- مرحلة فهم الرسالة الاتصالية وإدراك معانيها ومقاصدها على النحو الذي يريده القائم بالاتصال الإعلاني .
- مرحلة الاقتناع بمضمون الرسالة الاتصالية ، وقد يكون هذا الاقتناع أوليا ، أو عن طريق تغيير الاتجاهات الفكرية أو تعديلها أو إبدالها .

- مرحلة التأثير الايجابى أو رد الفعل " المادى " الناجم عن الاقتناع الفكرى بمحتوى الرسالة وأهميتها وأهدافها .

والشكل التالى يوضح مراحل الاتصال الايجابى الأربعة :




[ الشكل رقم (١٢) التدرج الاقناعى الاتصالى ]

ويلاحـظ مـن هـذا الشـكل التوضـيحى " للاتصـال الإعلانـي الايجابى" الملاحظات التالية :

- **التدرج الهرمي :**

إن الهدف النهائى للقائم بالاتصال الإعلاني لا يتحقق دفعة واحدة وإنما – كى يؤتى ثماره – لابد أن يمر بعدة مراحل متعاقبة حتى يصل إلى غايته الاقناعية وهى مراحل :

[ الانتباه – الفهم – الإدراك – الإقناع ]

- **التناقص التدريجي :**

لا يتحقق الهدف النهائى للقائم بالاتصال الإعلانى بالنسبة إلى المتلقين ( كـل ) المتلقين أو حتى ( أغلبهم ) لأن اعداد المتلقين تتناقص – تدريجيا – خلال مراحل التأثير الاتصالى الأربعة حتى تصل إلى عدد غير كبير من المتلقين .

وتتوقف شدة الاتصال – بمعنى التأثير الايجابى لأعداد المتلقين الذين يصدر عنهم رد الفعل الايجابى – على عدة عوامل من أهمها :[٢٧]

(١) المدخل الاتصالى أى أسلوب التعرف على المتلقى والتقرب منه " الاقتراب الإعلاني الاتصالى " .

(٢) شخصية المرسل ، وصفاته ، وخبراته ، ومهاراته الاتصالية ، ومدى ما يتمتع به من جاذبية ، ومصداقية وحسن القبول من جانب المتلقين .

(٣) المرجعية المعرفية للمتلقين نحو موضوع الرسالة وعناصرها : المعرفة القبلية – الصورة الذهنية – البيئة المنافسة .

---

[٢٧] محمد كمال القاضى ، الدعاية الانتخابية ، المرجع السابق .

(٤) صدق الرسالة الاتصالية ووضوحها .

(٥) حياد الرسالة الاتصالية الإعلانية .

(٦) موضوعية الرسالة الاتصالية الإعلانية .

(٧) ملاءمة وسيلة الاتصال الإعلاني للبيئة الإعلانية الاتصالية .

(٨) كفاءة ومهارة أسلوب الاتصال .

(٩) حداثة تكنيكات الاتصال وبراعتها .

(١٠) شدة الاستمالات وتأثيرها الايجابى على المتلقى وهى :

- الاستمالات العاطفية .
- الاستمالات النفسية والوجدانية .
- الاستمالات العقلية .

(١١) الاحتياج المعرفى أو المادى لمحتوى الرسالة الاتصالية الإعلانية .

## مهارات الاتصال الدينى

يعتمد " الاتصال الدينى " خاصة في مجال الدعوة الإسلامية على مفردات مهارية تختلف – بطبيعة الحال – عن المهارات الاتصالية الأخرى . ومن أهم مهارات الاتصال الدينى :

**(١) السلوك الحسن :**

إن الاتصال الدينى الفعال هو الاتصال الذي يعتمد على الأفعال قبل الأقوال لأن الدين الإسلامى هو في المقام الأول سلوك إنسانى حميد.

سواء سلوك المسلم نحو المسلم أو سلوك المسلم نحو غير المسلم بل يمتد ليشمل سلوك المسلم مع غير البشر كالحيوانات والطيور والزرع ..

**(٣) القدوة الحسنة :(٢٨)**

تمثلت القدوة الحسنة بجلاء في محمد بن عبد الله (ص ) وخاتم الأنبياء ، إذ قال فيه الله سبحانه وتعالى :

﴿ لَّقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾ ﴾

سورة الأحزاب ، الآية (٢١)

﴿ لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِّنْ أَنفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُم بِالْمُؤْمِنِينَ رَءُوفٌ رَّحِيمٌ ﴿١٢٨﴾ ﴾

سورة التوبة ، الآية (١٢٨)

وكان الرسول " صلى الله عليه وسلم " يختار الدعاة ممن يتوافر عندهم العلم بالكتاب والسنة والبصيرة الاجتهادية إذ كان محمداً (ص) يعرف مزايا رجاله ويكلف كل واحد منهم بما يتفق مع قدراته البدنية والعقلية .

ومن أمثلة ذلك :

- اختيار الرسول (ص) للصحابى "مصعب بن عمير" ليكون داعيته إلى أهل المدينة .

---

(٢٨) محمود يوسف مصطفى ، العلاقات العامة والاعلام في الاسلام ، المملكة العربية السعودية ( جدة ) ، ١٩٨٩ .

- إيفاد الرسول (ص) الصحابي الجليل " جعفر بن أبي طالب " إلى النجاشي ملك الحبشة .
- إرسال " عمرو بن العاص " سفيرا له (ص) إلى عمان .
- تكليف الصحابي " معاذ بن جبل " لنشر الدعوة الإسلامية في منطقة اليمن .

**(٣) الدعوة بالحسنى :**

لا تقوم الدعوة الإسلامية على العنف أو القتل كما يتطرف بعض المسلمين وكما يدعي بعض غير المسلمين ، وإنما تقوم الدعوة الإسلامية على الإقناع العقلي وعلى الحسنى ، ويؤكد هذا المعنى الآيات القرآنية التالية :

﴿ وَلَا تُجَٰدِلُوٓاْ أَهۡلَ ٱلۡكِتَٰبِ إِلَّا بِٱلَّتِي هِيَ أَحۡسَنُ ﴾

سورة العنكبوت ، الآية (٤٦)

﴿ ٱدۡعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلۡحِكۡمَةِ وَٱلۡمَوۡعِظَةِ ٱلۡحَسَنَةِۖ وَجَٰدِلۡهُم بِٱلَّتِي هِيَ أَحۡسَنُ ﴾ (١٢٥)

سورة النحل ، الآية(١٢٥)

﴿ وَٱلۡمُؤۡمِنُونَ وَٱلۡمُؤۡمِنَٰتُ بَعۡضُهُمۡ أَوۡلِيَآءُ بَعۡضٖۚ يَأۡمُرُونَ بِٱلۡمَعۡرُوفِ وَيَنۡهَوۡنَ عَنِ ٱلۡمُنكَرِ ﴾ (٧١)

سورة التوبة ، الآية (٧١)

﴿ وَلَوۡ شَآءَ رَبُّكَ لَأٓمَنَ مَن فِي ٱلۡأَرۡضِ كُلُّهُمۡ جَمِيعًاۚ أَفَأَنتَ تُكۡرِهُ ٱلنَّاسَ حَتَّىٰ يَكُونُواْ مُؤۡمِنِينَ ﴾ (٩٩)

سورة يونس ، الآية(٩٩)

﴿قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ قَدْ جَاءَكُمُ الْحَقُّ مِن رَّبِّكُمْ فَمَنِ اهْتَدَىٰ فَإِنَّمَا يَهْتَدِي لِنَفْسِهِ وَمَن ضَلَّ فَإِنَّمَا يَضِلُّ عَلَيْهَا وَمَا أَنَا عَلَيْكُم بِوَكِيلٍ ﴿١٠٨﴾﴾

سورة يونس ، الآية(١٠٨)

﴿إِنَّكَ لَا تَهْدِي مَنْ أَحْبَبْتَ وَلَٰكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَن يَشَاءُ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿٥٦﴾﴾

سورة القصص ، الآية(٥٦)

﴿فَمَن يُرِدِ اللَّهُ أَن يَهْدِيَهُ يَشْرَحْ صَدْرَهُ لِلْإِسْلَامِ وَمَن يُرِدْ أَن يُضِلَّهُ يَجْعَلْ صَدْرَهُ ضَيِّقًا حَرَجًا كَأَنَّمَا يَصَّعَّدُ فِي السَّمَاءِ ﴿١٢٥﴾﴾

سورة الأنعام ، الآية(١٢٥)

**(٤) البلاغة :[٣٩]**

**ومن مفردات البلاغة :**

**× اللغة القوية السليمة .**

**× الجناس : وهو تماثل الكلمتين أو تقاربهما في اللفظ واختلافهما في المعنى .**

**× الطباق : أو المطابقة ، وهو عرض المتضادات في نسق مؤتلف يثير الانتباه .**

**مثل ( قول الرسول ص ) :**

**" فيأخذ العبد من نفسه لنفسه ومن دنياه لأخرته ومن الشبيبة للكبر ومن الحياة للممات " .**

---

[٣٩] محمود يوسف ، المرجع السابق .

× ضرب الأمثال للتدليل على صدق الروايات والعبارات .

× السجع : وهو توافق الفاصلتين من النثر أو النظم على حرف واحد .

× تنوع الحديث بين أسلوبى الخبر والإنشاء .

× الأسلوب القصصى .

× الاستشهاد بالآيات القرآنية والأحاديث النبوية ، وأحيانا بالشعر .

**(٥) المصداقية :**[٣٠]

يُشترط فيمن ينقل الدعوة أن يكون له رصيد من الثقة لدى الناس ، وهذا ما يطلق عليه في علم الاتصال " مصداقية المصدر " ، أو قابلية المصدر للتصديق ، فالرسائل الاتصالية التي يتم بثها من مصادر عالية التصديق تزيد من إقناعية الرسالة ذاتها ، فالناس يكونون غير راغبين في تقبل الأفكار من مصادر غير موثوق بها سواء كانت أفرادا أو مؤسسات ، وتصور المتلقى للمصدر أو القائم بالاتصال يلعب دورا أساسيا في تحديد نتائج عملية الإقناع ، فالمصادر التي يعتبرها الجمهور صادقة ومصدر ثقة تسهل عملية الإقناع . ولهذا يكون المصدر الذي يحظى بالثقة والاحترام أكثر قدرة على تحقيق الإقناع .

**(٦) المرجعية الدينية السليمة :**

يجب على الداعية الإسلامي أن يتوفر له المرجعية الدينية الصحيحة ، ومن مفردات هذه المرجعية الدينية :

---

[٣٠] محمود يوسف ، المرجع السابق .

**أ) الرجوع إلى الكتاب والسنة لا التعصب لمذهب :**

فكتاب الله " القرآن الكريم " وسنة رسوله (ص) هي المرجع الأساسي للدين الإسلامي وللدعاة الإسلاميين ، وفي هذا قال الإمام مالك :

[ كل إنسان يؤخذ من كلامه ويترك إلا صاحب هذا القبر (ص) ]

ويؤكد نبذ التعصب الديني قول الإمام الشافعي :

[ رأيي صواب يحتمل الخطأ ، ورأى غيرى خطأ يحتمل الصواب ]

**ب) التيسير ورفع الحرج :**[31]

يجب على الداعية أن يتخذ " التيسير " منهجا له ولا يحسن أن يتبنى أشد الآراء تزمتا ثم يشكو من عدم الاستجابة .

وآيات القرآن الكريم تدل على هذا المعنى :

يُرِيدُ ٱللَّهُ بِكُمُ ٱلْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ ٱلْعُسْرَ

سورة البقرة ، الآية(١٨٥)

هُوَ ٱجْتَبَىٰكُمْ وَمَا جَعَلَ عَلَيْكُمْ فِى ٱلدِّينِ مِنْ حَرَجٍ

سورة الحج ، الآية(٧٨)

وَمَآ أَرْسَلْنَٰكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَٰلَمِينَ ﴿١٠٧﴾

سورة الأنبياء ، الآية(١٠٧)

ويقول عليه الصلاة والسلام : [ إن الله لم يبعثني معنتا ولا متعنتا ، ولكن بعثني معلما ميسرا ] .

[31] مصطفى ملائكة ، في أصول الدعوة " مقتبسات من كتب د. يوسف القرضاوى " ، القاهرة : مكتبة وهبة ، ١٩٩٩.

وحين بعث الرسول (ص) الصحابين ( أبو موسى الاشعرى ومعاذ بن جبل ) إلى اليمن أو صاهما بوصية موجزة جامعة :

" يسرا ولا تعسرا ، وبشرا ولا تنفرا "

كما قال (ص) :

" إن الله يحب أن تؤتى رخصه ، كما يكره أن تؤتى معصيته " .

**جـ) مراعاة سنة التدرج :**

عندما أوصى الرسول (ص) معاذ بن جبل عندما بعثه سفيرا إسلاميا وداعية إلى اليمن قال له :

" لتكن أول ما تدعوهم إليه شهادة أن لا إله إلا الله وأنى رسول الله ، فإن هم أطاعوا لذلك فاعلمهم أن الله افترض عليهم خمس صلوات في كل يوم وليلة فإن هم أطاعوا لذلك فاعلمهم أن الله افترض عليهم صدقة تؤخذ من اغنيائهم وترد إلى فقرائهم " وهكذا كان الرسول (ص) يعلم أصحابه أن يأخذوا بسنة التدرج التي هى سنة الله في الحياة والوجود كله .

**مهارات الاتصال الاجتماعى والعاطفى :**

إن مهارات الاتصال الاجتماعى فى كافة أشكاله ، والاتصال العاطفى فى كل صورة تعتمد اعتمادا أساسيا على فنون وأساليب العلاقات العامة بإعتبار أن العلاقات العامة فى معناها – البسيط والعملى – هى " فن التعامل مع الآخرين " ، وبهذا تعتبر العلاقات العامة أحد المداخل المؤدية إلى النجاح فى كل مجالات الحياة ومستوياتها .

ومن أساليب العلاقات العامة :

- **القول المهذب :**

أو القول اللين ، وعدم استخدام العنف فى العبارات أو الكلمات التى تسىء للآخرين ، وليس أدل على ذلك من قول الله سبحانه وتعالى لرسوليه ( سيدنا موسى وأخيه هارون ) عندما بعثهما إلى فرعون :

﴿ اذْهَبْ أَنتَ وَأَخُوكَ بِآيَاتِي وَلَا تَنِيَا فِي ذِكْرِي (٤٢) اذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ (٤٣) فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ (٤٤) ﴾

سورة طه ، الآيات(٤٢، ٤٣، ٤٤)

فعلى الجانب الأول : سيدنا موسى " كليم الله " مزود بتسع آيات ( معجزات ) من الله سبحانه وتعالى ومعه أخوه هارون يشدد من أزره .

وعلى الجانب المقابل : فرعون ، الحاكم الطاغى ، الكافر

ومع ذلك يأمر الله سبحانه وتعالى رسوله " سيدنا موسى " أن يتكلم مع فرعون بأسلوب مهذب ( لين ) ، وفى هذا المثل القرآني قدوة فى الحديث لمن يريد أن يقتدى بالحق .

- **المصداقية :**

فالكذب والمبالغة والتهويل يفقد الانسان مصداقيته واحترامه عند الآخرين ، كذلك التناقض بين الأقوال التى يبديها الانسان والأفعال التى يؤتيها .

- **الصراحة :**

فكلمة الحق مهما كانت هى أفضل السبل إلى اكتساب احترام الآخرين وتأييدهم وهى من علامات قوة الشخصية والعكس صحيح بطبيعة الحال.

- **الثبات على المبدأ :**

إن التمسك بالمبادىء والقيم النبيلة وعدم الحياد عنها تحت أى ظرف من الظروف من أهم فنون العلاقات العامة فى معناها العملى ، فالانسان الذى لا يغير مبادئه وقيمه مهما تعرض من ضغوط ومهما قوبل من إغراءات مادية أو معنوية هو الانسان القوى الذى يحظ باحترام الآخرين وإعجابهم وإقتناعهم به .

- **التمسك بالجانب الانسانى فى العلاقات العامة :**

ويتمثل فى الالتزام بالسلوكيات والمبادىء الانسانية وتغليبها على الماديات خاصة فى العلاقات الاجتماعية والعاطفية .

## سادسا : من حيث المنظور الحديث للاتصال ( الحداثة )

يمكن - أيضا - تصنيف أنواع الاتصالات وفق معيار ( الحداثة أو التقليدية ) على النحو التالى :

**أ- الاتصال التقليدى ( التاريخى ) :**

وهو الاتصال الذى كان يتم عبر وسائل اتصال تقليدية أو بدائية - بالنظر إلى الوسائل الحديثة - مثل :

النار والدخان - الطبول - الإشارات - الرايات .

**ب- الاتصال الحديث :**

والمقصود به المرحلة المتوسطة بين وسائل الاتصال التقليدية من ناحية ، ووسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة من ناحية أخرى .

والمثل الشائع لوسائل الاتصال الوسيطة :

الصحف والمجلات – السينما – الإذاعة – التليفزيون .

**جـ- الاتصال التكنولوجي :**

وهو الاتصال الذى يعتمد على وسائل تكنولوجية حديثة مثل " الإنترنت " .

## سابعا : من حيث معيار الشرعية

يمكن أيضا تصنيف الاتصالات وفقا لمعيار الشرعية إلى نوعين من الاتصالات :

**أ- الاتصال الشرعي :**

وهو الاتصال الذى يتم فى إطار الشرعية الدستورية للدولة ، ولا يخالف القوانين واللوائح المنظمة لعملية الاتصال الإنسانى .

**ب- الاتصال غير الشرعي :**

أو غير القانونى ، وهو الاتصال الذى يخرج عن إطار الشرعية الدستورية للدولة ، ويخالف القواعد القانونية واللوائح المنظمة لعمليات الاتصال الإنسانى .

ومن أمثلة الاتصالات غير الشرعية ( غير القانونية ) :

- الاتصال بالدول المعادية ( أعمال الجاسوسية ) .
- الاتصالات التى تستهدف ارتكاب الجرائم : العصابات – الشراكة فى ارتكاب الجرائم – التحريض على مخالفة القوانين .

- إصدار وإذاعة وبث وسائل اتصال جماهيرية دون الحصول على الموافقات ( من الحكومات ) اللازمة .

## ثامنا : من حيث المنظور الأخلاقي

تصنف الاتصالات – كذلك – وفقا للمنظور الأخلاقي إلى نوعين من الاتصالات :

**أ- الاتصال الأخلاقي :**

وهو الاتصال الذي يتوافق مع القيم الأخلاقية والقواعد الدينية وعادات المجتمع وتقاليده المتوارثة والسائدة في المجتمع ، مثل تتويج العلاقة العاطفية بين الرجل والمرأة بالزواج الشرعي .

**ب- الاتصال غير الأخلاقي :**

وهو الاتصال الذى يخالف القيم الأخلاقية ويتعارض مع القواعد الشرعية الدينية ويتعارض مع العادات والتقاليد السائدة فى المجتمع .

ومن أمثلة الاتصال غير الأخلاقي :

- الاتصالات البشرية التى تخالف القيم الدينية فى المجتمع .
- الاتصالات البشرية التى تتعارض مع القواعد الأخلاقية والعادات والتقاليد السائدة فى المجتمع .
- الاتصالات التى تستهدف ارتكاب الجرائم والمعاصى .
- الاتصالات البشرية التى يكون محورها الدسيسة أو النميمة أو الوقيعة بين الناس .

## تاسعا : من حيث الهدف من الاتصال

يمكن تقسيم نوعية الاتصال وفق الهدف الذى يسعى القائم بالاتصال إلى تحقيقه إلى الأنواع التالية :

**أ- الاتصال التسويقى :**

وهو الاتصال الذى يهدف إلى تسويق سلعة معينة أو خدمة ما على أكبر نطاق ممكن من المستهلكين ، وذلك بإغراء أكبر عدد من الجمهور على اقتناء هذه السلعة دون غيرها من السلع المنافسة ، أو تفضيل هذه النوعية من الخدمات عن الخدمات الأخرى المنافسة .

ويستخدم الاتصال التسويقى فى مجالى :

- الإعلان :

فالإعلان هو الوسيلة الأساسية لتحقيق أهداف الاتصال التسويقى.

- التجارة :

فالهدف النهائى من الأعمال التجارية هو تحقيق أكبر ربح ممكن والسيطرة على السوق عن طريق بيع أكبر كمية ممكنة من السلعة .

وبناءً على ذلك ، يعتبر الاتصال التسويقى أحد مفردات علوم التجارة والإعلان.

**ب- الاتصال الترويجى :**

هو الاتصال الذى يهدف إلى ترويج فكرة معينة ؛ فالاتصال الترويجى يسعى إلى تحقيق أهداف معنوية عكس الاتصال التسويقى الذى يهدف إلى تحقيق أهداف مادية ( الربح ) .

ومجال الاتصال الترويجى هو ( علم الدعاية ) ولاسيما من الناحية التطبيقية .

وأهداف الاتصال الترويجى هى :

- الترويج لفكرة ما .
- نشر مذهب معين .
- الترغيب لعقيدة أو أيدلوجية .

وطرق تحقيق أهداف الاتصال الترويجى هى :

# الاستمالة العاطفية .

# الاستحواذ النفسى .

# غسيل المخ " إعادة صياغة العقل "[٣٢]

والمجال الأساسى للاتصال الترويجى هو علوم السياسة والدعاية السياسية .

جـ- الاتصال الإقناعى :

وهو الاتصال الذى يهدف إلى تغيير الاتجاهات الفكرية والأفكار العقلية أو إبدال سلوك الجمهور .

وطرق تحقيق أهداف الاتصال الإقناعى تتطابق مع طرق الاتصال الترويجى.

---

[٣٢] محمد كمال القاضى ، الدعاية السياسية والحرب النفسية ، القاهرة : المركز الإعلامى للشرق الأوسط ، ٢٠٠١ .

ويستخدم الاتصال الإقناعي في مجالات : الدبلوماسية ، والتعليم، والدعاية والإعلان والتسويق .

د- الاتصال الإعلامي :

يهدف الاتصال الإعلامي إلى تحقيق أهداف متنوعة ومتباينة من أهمها :

- نشر المعلومات والأخبار عن الأحداث والمواقف المحلية أو الدولية.
- تنمية الوعي الثقافي وزيادة المعرفة العامة لدى المواطنين .
- الترفيه والتسلية والترويح والإمتاع .
- صقل الثقافة المتخصصة لدى الناس مثل :

الثقافة السياسية – الثقافة الرياضية – الثقافة الدينية – الثقافة الفنية ... إلخ .

- وسيلة مهمة من وسائل الإعلان والتسويق ؛ فالاتصال الإعلامي يقوم بمهمة التعارف الإعلاني بين المنتج والمستهلك .

هـ- الاتصال التعليمي :

وهو الاتصال الذي يهدف إلى التعليم والتثقيف والتنوير والتدريب .

وتمارسه الجامعات والمعاهد ،والمدارس ، ومراكز العلوم والبحوث، والمؤسسات التعليمية أو التربوية أو التدريبية .

ويعد الاتصال التعليمي – من حيث الجمهور – من عداد الاتصال الجمعي ، ومن حيث المواجهة ، اتصالا مباشرا " مواجهياً " .

## مهارات الاتصال
## من حيث معيار الهدف من الاتصال

نحيل مهارات الاتصال من حيث معيار الهدف من الاتصال ( تسويقى – ترويحى – إقناعى – إعلامى – تعليمى ) ، إلى المهارات العامة للاتصال التى سنوردها فى نهاية هذا المؤلف ، وهى :

- **مهارات التخاطب :**
  - مهارات التحدث.
  - مهارات الاستماع .
- **مهارات المعرفة :**
  - مهارة القراءة .
  - مهارة الكتابة .
- **المهارات الاجتماعية :**
  - المراسم والبروتوكول وفن الإتيكيت .

## عاشرا : من حيث أسلوب الاتصال

يمكن تصنيف الاتصال – بالنظر إلى أسلوبه – إلى أربعة أنواع أساسية من أساليب الاتصال هى :

* الأسلوب العقلى .
* الأسلوب العاطفى .
* الأسلوب النفسى .
* الأسلوب المختلط .

وفيما يلى عرض لكل أسلوب ، والمهارات الاتصالية المستخدمة فى هذا الأسلوب ..........

**أ- الأسلوب العقلى :**

وهو الأسلوب الذى يعتمد على عدة طرق ، من أهمها :

- المنطق فى عرض الأفكار والمعتقدات .
- الاعتماد على الحقائق المادية المجردة فى صياغة الرسالة الاتصالية.
- مواجهة الفكرة بالفكرة والحجة بالحجة .
- تقديم الأدلة والبراهين الواقعية والمادية لإقناع المتلقى للاتصال .
- يخاطب عقل وفكر وثقافة المتلقى للاتصال .

ومن أساليب الاتصال العقلى الشائعة الاستخدام والتى تعتمد على فنون المهارات الاتصالية :

- أسلوب المحاورة .
- أسلوب الاقناع .
- أسلوب الوضوح .
- أسلوب الصراحة .
- الأسلوب المادى .
- الأسلوب المباشر .

**ب- الأسلوب العاطفى :**

وهو أسلوب لا يخاطب العقل أو يجادل الفكر عند المتلقى ، ولكنه يعتمد على مخاطبة الجوانب العاطفية لدى المتلقى للرسالة .

ومن أهم مهارات الأسلوب العاطفى الشائعة الاستخدام :

× التبرير :

وتستخدم هذه الطريقة فى تبرير وقوع الحوادث أو المصائب ، أو عند الفشل أو الإخفاق ، أو القصور فى موضوع ما أو مهمة معينة ، إذ يلجأ

القائم بالاتصال إلى التبرير العاطفي وليس العقلاني لإقناع المتلقي وكسب تعاطفه مع الحدث أو القضية أو الموضوع .

× التجسيد :

التجسيد هو تحويل الأفكار والمعتقدات والأيدلوجيات إلى شيء مادي محسوس وملموس ، يكون معبرا وموجزا لتلك الأفكار والمعتقدات، بحيث يراه الناس بصفة دائمة أمامهم ومن حولهم وفي كل زمان ومكان.

وتبدو هذه الرموز المجسدة ماثلة دائما أمام الجماهير سواء على شاشات التليفزيون أو السينما ، أو في الصحف أو في الطرقات والأماكن العامة ، يراها المواطنون أينما كانوا ، وفي كل وقت ، ويطلق على هذا التكنيك " من الباب للباب" أو " الحصار الاتصالي " .[٣٣]

× المبالغة والتهويل :[٣٤]

ويعتمد هذا " التكنيك الاتصالي " على تضخيم الأحداث والمبالغة في الأرقام والإحصاءات والتهويل في نتائج ومدلولات الواقعة أو القضية وذلك لتحقيق أهداف القائم بالاتصال .

وينقسم هذا التكنيك الاتصالي إلى شقين :

- الشق الإيجابي :

وهو المبالغة في قوة الموقف الاتصالي للقائم بالاتصال ، واستخدام كل الوسائل – المتاحة – لدعم هذا الموقف وإظهاره بصورة مُبالَغ فيها أمام المتلقي للاتصال .

---

(٣٣ : ٣٤) محمد كمال القاضي ، المرجع السابق .

- الشق السلبى :

وهـو التهويل والمبالغة بالنسبة لمساوئ الطرف الآخر أو الطرف المنافس وتضخيم سلبياته ومآخذه .

ومن أهم أساليب الاتصال العاطفى :

- أسلوب الاستمالة .
- أسلوب التودد .
- الأسلوب المعنوى .

**ج- الأسلوب النفسى :**

وهـو الأسـلوب الـذى يعـتمد عـلى المداخـل النفسـية لشخصـية المتلقى للاتصال وإقناعه واستمالته والتأثير فيه من خلال هذه المداخل النفسية.

**تكنيكات الأسلوب النفسى "الاتصالى ":**

يعـتمد أسلوب الاتصال النفسـى علـى عـدة مهارات اتصالية مـن أهمها :

- التكنيك الساخر :

يلجأ القائم بالاتصال إلى تغليف الرسالة الاتصالية النفسية بقوالب ساخرة أو كوميدية أو فكاهية ، لاستمالة وجذب المتلقى للاتصال ، ومن ثَمَّ التأثير فيه وإقناعه .

- استثارة الغرائز النفسية :

يعـتمد هـذا التكنـيك عـلى مخاطـبة الغرائـز النفسـية واسـتثارتها وتوظيفها بأسلوب ذكـى فـى تحقيق أهـداف الرسالة الاتصالية ، ويشاع

استخدام هذا الأسلوب فى التسويق الإعلانى لسلع : الملابس والعطور والماكياج.

- تكنيك القطيع :

والذى يعتمد على المحاكاة والتقليد ، وذلك عن طريق التجنيد الإعلانى لشخصية مرموقة تستخدم السلعة المراد نشرها بين الناس ، أو توزيع المنتج عشوائيا بالمجان فى التجمعات الجماهيرية .

- تكنيك الترتيل ( التكرار والملاحقة ) :

ويعتمد هذا التكنيك على تكرار عرض الرسالة الاتصالية فى سياقات مختلفة ؛ إذ يتم عرض الرسالة وتكرارها بأشكال مختلفة ، وفى صور متوافقة ومتباينة ، لمحاصرة المتلقى بهذا التكنيك فى كل وقت وفى طرق متعددة وبوسائل مختلفة ، تارة عن طريق القراءة ، وتارة ثانية عن طريق المشاهدة ، وتارة ثالثة عن طريق الاستماع .

والشرط الجوهرى لتكنيك الترتيل المؤثر هو مدى تناسب لهجة وشكل الرسالة الاتصالية " النفسية " مع طبيعة المتلقين وميولهم .

- التكنيك العدائى :

وهو تَعمُّد مهاجمة الطرف الثانى فى العملية الاتصالية هجوما قويا ومباشرا كى يتمكن القائم بالاتصال من محاصرةالمتلقى للاتصال وإقناعه بالرسالة الاتصالية .

- **تكنيك اللوم :**

يتعمد القائم بالاتصال إلى اصطياد نقاط ضعف في ممارسات وأفعال وأقوال المتلقي للاتصال ، وتوجيه اللوم والتوبيخ له بسببها ؛ كي يضعف موقفه التفاوضي أو قوته الاتصالية ، مما يتيح له التأثير النفسي في المتلقي ، ومن ثمَّ إقناعه بالرسالة الاتصالية .

## حادي عشر : من حيث وسيلة الاتصال

التصنيف الغالب لأنواع الاتصال هو التصنيف الذي يعتمد على نوعية وسيلة الاتصال المستخدمة .

وهنا تتطابق وسائل الاتصال مع وسائل الإعلام ....

والتقسيم الشائع لوسائل الاتصال أو وسائل الإعلام هو التقسيم التالي :

**أ- وسائل الاتصال ( المطبوعة - المقروءة ) :**

وهي :

( الكتب - الدوريات - النشرات - المنشورات - التقارير - المدونات - الصحف - المجلات ) .

**خصائص وسيلة الاتصال ( المطبوعة - المقروءة ) :**

يمكن إجمال أهم خصائص وسمات وسائل الاتصال المطبوعة أو المقروءة فيما يلي :

* لابد وأن يكون المتلقى فى وسائل الاتصال المطبوعة أو المقروءة على دراية تامة بالقراءة والكتابة ؛ فهذه الوسيلة لاتجدى – بطبيعة الحال – مع المتلقى الأمى الذى يجهل القراءة والكتابة .
* هى وسيلة " استحواذية " ، أى تستحوذ على المتلقى أثناء قراءتها ؛ إذ ليس فى مكنة المتلقى أن يباشر نشاطاً آخر أثناء تلقيه لهذه الوسيلة .
* تدوم فترة أطول عن غيرها من الوسائل الأخرى فى حوزة المتلقى وفقا لدورية الوسيلة ذاتها ( يوم – أسبوع – نصف شهر – شهر ) ، وبالتالى تزيد فترة " التعرض الاتصالى " في الوسيلة المقروءة أو المطبوعة عن غيرها من الوسائل الأخرى ( المذاعة أو المشاهدة ) .
* تفتقد هذه الوسيلة عناصر الجذب والتشويق ولفت الأنظار والانتباه بالمقارنة مع وسيلتى الإذاعة والبث التليفزيونى .

**ب- وسائل الاتصال ( المسموعة – المذاعة ) :**

وهى :

( الإذاعة – الشرائط التسجيلية ) .

**خصائص وسيلة الاتصال ( المذاعة – المسموعة ) :**

* تصلح للمتلقين الذين يجهلون القراءة والكتابة .
* تمكن المتلقى من التخيل والتصور الوجدانى ؛ إذ أن المتلقى عندما يستخدم حاسة السمع فى تلقى ما يذاع عبر وسائل الاتصال المذاعة أو المسموعة يطلق لخياله العنان فى تصور القائم بالاتصال وعناصر الرسالة الاتصالية وفق ما يراه أو يتخيله هو ، وبالتالى فإن كل شخص من المتلقين للاتصال يستقبل الرسالة الاتصالية – المذاعة أو المسموعة –

وفق تخيله هو وتصوره الشخصي الذي يختلف - بطبيعة الحال - عن خيال وتصور باقي المتلقين .

❖ لا تستحوذ هذه الوسيلة على المتلقي مثل الوسائل الأخرى ؛ إذ يمكن للمتلقي أن يمارس أنشطة أخرى أثناء تلقيه لوسيلة الاتصال " المذاعة أو المسموعة " مثل الكتابة أو قيادة السيارة .

❖ أنها تعتمد - بصفة أساسية - على قوة الصوت من جانب المرسل وتأثيره على المتلقين .

**ج- وسائل الاتصال ( المرئية - المسموعة ) :**

مثل : ( السينما - التليفزيون - الفيديو )

**خصائص وسائل الاتصال المرئية - المسموعة :**

يمكن إجمال أهم سمات وخصائص وسائل الاتصال المرئية المسموعة فيما يلي :

❖ لها خاصية الاستحواذ على المتلقي ؛ إذ تستحوذ هذه الوسيلة على حاستي السمع والنظر لدى المتلقي ، ومن ثمَّ فإنه لا يستطيع أن يمارس أنشطة أخرى أثناء تلقيه لهذه الوسيلة .

❖ تعتمد هذه الوسيلة على عنصر الإبهار والتشويق بما تحتويه من حركة وصور وألوان وموسيقى ؛ فالإبهار المرئي أشد تأثيرا على المتلقي ، وتنفرد به وسيلة الاتصال المرئي المسموع عن غيرها من الوسائل الأخرى .

❖ لا تعطى هذه الوسيلة فرصة للمتلقى فى إعمال الخيال أو التصور الوجدانى أو العاطفى بعكس وسيلة الاتصال ( المسموعة – المذاعة ) .

❖ تصلح هذه الوسيلة مع المتلقين الذين يجهلون القراءة والكتابة ، وبالتالى فهى تعد أكثر الوسائل انتشارا فى كافة بلدان العالم .

**د- وسيلة الاتصال الإلكترونية :**

والمقصود بها " الإنترنت " . و" الإنترنت " – فى حقيقة الأمر – يجمع بين وسيلتين من وسائل الاتصال ويدمجهما فى وسيلة واحدة وهما :

- وسيلة الكمبيوتر .
- وسيلة التليفون ( الهاتف ) .

" فالإنترنت " هو ميلاد تزواج وسيلة الكمبيوتر مع وسيلة التليفون .

**خصائص وسيلة " الإنترنت " :**

❖ تعتمد على جميع الحواس دفعة واحدة :
( القراءة – الاستماع – المشاهدة ) .

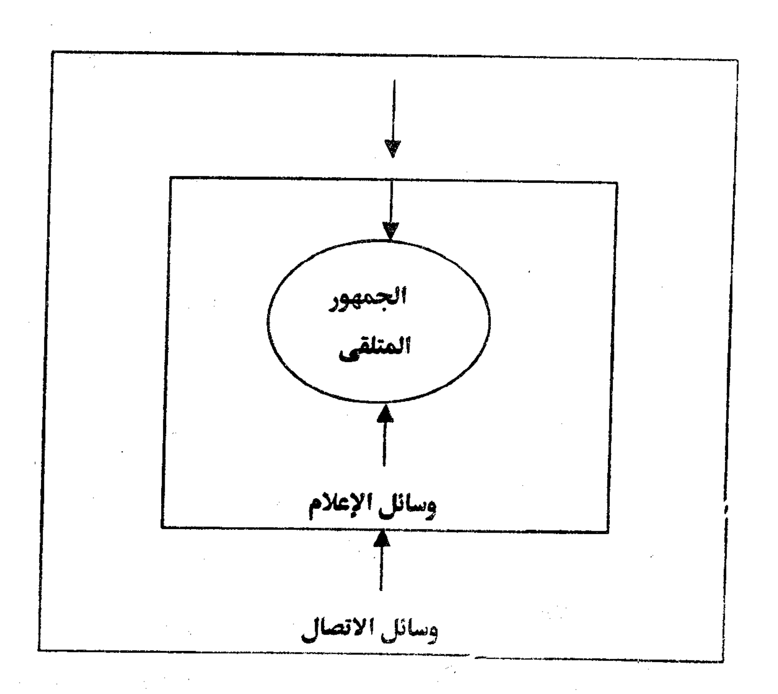
❖ درجة الاستحواذ على المتلقى عالية جدا ، أكبر من درجة الاستحواذ فى وسيلة التليفزيون .

- عدم وجود صلة بين المتلقى للاتصال الإلكترونى والقائم بالاتصال فى غالب الأحوال : فقد يتم الاتصال الإلكترونى بين طرفين يجهل كل منهما الآخر .
- كثرة استخدام الإنترنت تساعد على انتشار ظاهرة " العزلة الاجتماعية " بين مستخدمى وسيلة الإنترنت ؛ فهو وسيلة غير اجتماعية

## وسائل الاتصال ووسائل الإعلام

مفهوم وسيلة الاتصال أعم وأشمل من مفهوم وسيلة الإعلام ؛ ذلك لأن كل وسيلة إعلامية هى وسيلة اتصالية ، والعكس ليس صحيحاً ، فليس كل وسيلة اتصالية هى وسيلة إعلامية .

والشكل رقم (١٣) يوضح الفارق بين وسائل الإعلام ووسائل الاتصال :




**الفرق بين وسائل الاتصال ووسائل الإعلام:**

ويمكن إعمال التفرقة بين وسائل الاتصال من ناحية ، ووسائل الإعلام من ناحية أخرى من خلال عدة معايير هى :

**المعيار الأول : معيار الصلة :**

توجد صلة ما – غالبا – بين القائم بالاتصال من ناحية والمتلقى للاتصال من ناحية أخرى ، بينما فى الاتصال الإعلامى تكون هذه الصلة غير موجودة – فى الغالب الأعم – بين طرفى عملية الاتصال الإعلامى .

**المعيار الثانى : معيار المردود الاتصالى :**

يكون المردود الاتصالى فى وسائل الاتصال واضحا وملموسا بعكس المردود الاتصالى فى الاتصال الإعلامى ؛ فهو غير واضح وغير ملموس . وذلك من الوجوه التالية :

- المردود الاتصالى فورى ويتحقق فى نفس زمن الاتصال فى وسائل الاتصال ، ولكنه فى الاتصال الإعلامي غير فورى ولا يحدث فى ذات زمن الاتصال .
- يمكن للقائم بالاتصال أن يلمس أو يشاهد أو يسمع رد فعل المتلقى، ولكن في الاتصال الإعلامى لا يستطيع القائم بالاتصال أن يلمس أو يشاهد أو يسمع رد فعل المتلقى للاتصال الإعلامى .
- تتحقق وحدة " الزمن " فى الاتصال ، ولكنها قد لا تحقق فى الاتصال الإعلامى ؛ إذ تتوفر وحدة الزمن فى الاتصال التليفزيونى المباشر ( الحى ) ، ولكنها لا تتحقق فى الاتصال التليفزيونى المسجل .
- لا تتحقق وحدة المكان فى الاتصال الإعلامى على الإطلاق ، فمكان القائم بالاتصال فىالصحيفة أو المجلة أو الإذاعة أو السينما أو التليفزيون ، يكون دائما غير المكان الذى يوجد فيه المتلقى

للاتصال. أما فى وسائل الاتصال العادية فإن وحدة المكان قد تتحقق وقد لا تتحقق بين طرفى العملية الاتصالية .

**المعيار الثالث : معيار الملكية :**

وسائل الاتصال مملوكة ملكية خاصة للأفراد ، ولكن وسائل الإعلام تكون - فى الغالب الأعم - مملوكة للدولة أو للأشخاص الاعتبارية العامة ، وفى بعض الأحيان تكون مملوكة للأفراد .

**المعيار الرابع : المعيار القومى :**

تحقق وسائل الاتصال أهدافا خاصة لصالح الأفراد ، أما وسائل الاتصال الإعلامية فهى تحقق أهدافا قومية لصالح الدولة أو مؤسساتها .

**أهم وسائل الاتصال :**

وفيما يلى سرد مجمل لأهم وسائل الاتصال ، والتى لا يمكن اعتبارها وسائل إعلامية ، وهى :

**أ- التليفون :**

من أكثر وسائل الاتصال شيوعا بين الأفراد والشركات والمؤسسات والمنظمات على اختلاف أنواعها وأهدافها .

**أشكال استخدامات التليفون :**

يمكن تحديد أشكال استخدامات التليفون كوسيلة مهمة من وسائل الاتصال فيما يلى :

- استخدام التليفون كوسيلة اتصال أساسية :

وهو ما يحدث على المستوى الشخصي أو على مستوى المنظمات والمؤسسات في كافة الموضوعات السياسية أو الاقتصادية أو الثقافية أو الاجتماعية ٠٠٠٠إلخ .

- استخدام التليفون كوسيلة اتصال ثانوية :

إذ يستكمل الناس به أدوات الاتصال الشخصي مثل اللقاءات أو الاجتماعات أو التعاقدات .

- استخدام التليفون كوسيلة اتصال متداخلة :

إذ قد يستخدم التليفون بالتداخل مع وسيلة أخرى ، ومثال ذلك :

- الفاكس :

فهو عبارة عن تليفون + طابعة .

- الإنترنت :

وهو عبارة عن تليفون + كمبيوتر .

ب- **الفاكس :**

هو أيضا وسيلة من وسائل الاتصال بين الأفراد أو المنظمات أو الشركات أو الهيئات.

وهو عبارة عن ( تليفون + طابعة ) . وهو من وسائل الاتصال المكملة والمتممة لوسائل أخرى مباشرة مثل الاجتماعات واللقاءات .

م- الإنترنت :

هو أيضا وسيلة اتصال وليس وسيلة إعلام .

وهو عبارة عن ( تليفون + كمبيوتر ) ، ويتم استخدام " الإنترنت "

- كوسيلة اتصال - عن طريقتين :

- البريد الإلكترونى :

وهو التراسل البريدى بين الناس عن طريق " الإنترنت " .

- زيارة المواقع :

وهو عملية قراءة إلكترونية للموضوعات والمعلومات المسجلة إلكترونيا على المواقع المختلفة بشبكات الاتصال عبر " الإنترنت " .

## الفرق بين المهارات المستخدمة فى وسائل الاتصال ووسائل الإعلام

يمكن تحديد الفروق الجوهرية بين مهارات الاتصال المستخدمة فى وسائل الاعلام من ناحية ، ومهارات الاتصال المستخدمة فى وسائل الاتصال فيما يلى :

أولا : تعتمد مهارات الاتصال فى وسائل الاعلام على توفر المهارات العامة ولكن تعتمد مهارات الاتصال فى وسائل الاتصال على المهارات الذاتية الخاصة للانسان ، إذ يعتمد نجاح الاتصال الثنائى أو الجمعى على مهارة القائم بالاتصال الشخصية وقوة إقناعه للمتلقى أو المتلقين لرسالته دون تدخل عناصر أخرى خارجية " عن ذات القائم بالاتصال " ،

ولكن فى الاتصال الاعلامى يعتمد القائم بالاتصال بصورة أكبر على عوامل مهارية أخرى تخرج عن ذاته وخبراته مثل :
فن الإخراج – الإبهار الاعلامي – الصوت – الديكور .....

ثانيا : التقنية الحديثة :

تعتمد مهارات الاتصال الاعلامى إلى حد كبير على مفردات التقنية الحديثة فى حين لا تعتمد مهارات الاتصال المواجهى على التقنية الحديثة إذ تنعدم الوسائط المادية فى الاتصال المواجهى .

ثالثا : رد الفعل الاتصالى : Feed Back

يكون رد الفعل الاتصالى محدودا فى وسائل الاتصال الاعلامية ولكنه يكون واضحا ومباشرا وفوريا فى وسائل الاتصال المباشرة ( المواجهة ) ، وبالتالي يمكن للقائم بالاتصال أن يدرك ويفهم رد الفعل الاتصالى لرسالته لدى المتلقين للاتصال ويقوم بتعديل مسار الرسالة الاتصالية وفقا لهذا المردود الاتصالى مستخدما كل الخبرات الاتصالية لديه ومهارات الاتصال الشخصية .

رابعا : العلاقة الشخصية :

فى الاتصال الاعلامى تكاد تنعدم العلاقات الشخصية بين القائم بالاتصال ( المذيع – المحرر الصحفى – المخرج ...الخ ) من جانب ، والمتلقين للاتصال من جانب آخر ، ولكن فى الاتصال الشخصى ( الثنائي – الجمعى ) يوجد قدر من العلاقات الشخصية بين طرفى العملية الاتصالية خاصة فى الاتصال الثنائى والاتصال الجمعى المحدود

، يتيح هذا القدر من العلاقات الشخصية تنمية الروابط الانسانية بينهما ويستخدم فيه القائم بالاتصال خبراته الاتصالية ومهاراته الاتصالية الشخصية فى كسب ثقة وتأييد المتلقين للاتصال .

## دور قادة الرأي في فاعلية الاتصال

ترجع الفكرة الاولى إلى مفهوم " قادة الرأى " إلى العالم " لازر سيفلد " الذى كان أول من تكلم عن دور قادة الرأى فى المجتمعات كمفردة من مفردات نظريته الاعلامية " الاتصال على مرحلتين " ، حيث كان يرى أن الاتصال فى المجتمع بوجه عام والاتصال الاعلامى بوجه خاص يتم على مرحلتين :

**المرحلة الأولى :** تنتقل فيها الرسائل الاعلامية من القائم بالاتصال إلى أفراد فى المجتمع أكثر اطلاعا وأكثر ثقافة ومن ثم أكثر تأثيرا، هم قادة الرأى فى هذا المجتمع .

**المرحلة الثانية :** تنتقل هذه الرسائل الاعلامية مرة ثانية من هذه الفئة المؤثرة إلى الاشخاص الآخرين فى المجتمع الأقل تعرضا لوسائل الاعلام ويعتمدون على هذه الفئة المؤثرة فى حصولهم على الرسائل الاعلامية وفى إدراك معانيها واستيعابها .

**خصائص قادة الرأى :**

يرى خبراء الرأى العام أن أهم خصائص قادة الرأى هى[٣٥] :

- قادة الرأى أكثر تجديدا ، واتصالهم أكبر بمسئولى التغيير فى المجتمع .
- هم أكثر تعرضا لوسائل الاعلام ومصادر المعلومات وأكثر قدرة على التعامل معها من أتباعهم .
- يكون قادة الرأى فى المجتمعات التقليدية قادة فى عدة موضوعات بينما يكون لكل قائد رأى مجاله المتخصص فى المجتمعات المتقدمة.
- معظم قادة الرأى من ذوى الدخول المرتفعة مقارنة بأتباعهم ، ومن مكانة اجتماعية أعلى ، ولهم مدة إقامة أطول فى المجتمع .
- يزيد متوسط عمر قادة الرأى فى المجتمعات التقليدية عن أتباعهم اعتقادا من أن السن يجلب الحكمة .
- يميل قادة الرأى إلى الارتباط الوثيق بعادات مجتمعهم ، فلقد تبين من دراسة " هيرتزوج " للقرى البرازيلية أنه فى معظم المجتمعات التقليدية لا يتمتع القادة أو اتباعهم بخاصية الابتكار ولذلك يظل المجتمع تقليديا عكس المجتمعات المتقدمة .

ويتحدث البعض[٣٦] عن مفهوم المؤثرون ، ويرى أن هناك بعض أوجه الاختلاف بين قادة الرأى ، والمؤثرون ، وهى :

---

[٣٥] عاطف عدلى العبد عبيد ، مدخل إلى الاتصال والرأى العام ، القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٩٩ .

[٣٦] عبد الفتاح عبد النبى ، المؤثرون : دراسة نموذج أئمة المساجد فى بناء الاتصال ، القاهرة : مكتبة النهضة المصرية ، ١٩٩٥ .

١- إذا كان قادة الرأى ، كما أظهرت العديد من الدراسات موزعين بصورة تامة ومتساوية بين الطبقات الاجتماعية المختلفة ، ودائما في كل تجمع بشري يوجد قادة رأى أو أفراد لديهم معارف يتجه إليهم الآخرون للحصول عليها أو يتوجهون هم أى قادة الرأى إلى الآخرين ، فإن هذا التوزيع المتساوى قد لا يتوافر في بعض الاحيان في المؤثرين ، حيث تتزايد احتمالات وجودهم أكثر في المستويات الاقتصادية الاجتماعية الأعلى ، فقد كشفت بعض الدراسات أن الشخصيات القوية أو المؤثرة نادراً ما توجد لدى الفئات الدنيا أو المعدمة .

٢- أظهرت العديد من الدراسات أن قادة الرأى يختلفون من موضوع إلى آخر بينما تلاحظ أن المؤثرين أكثر نشاط في مجالات عدة ، حيث لا يقتصر الأمر هنا على حيازة المعلومات في كل مجال ولكن أيضا توافر مجموعة من سمات الشخصية التي تجعلهم أكثر قدرة على التفاعل والإقناع وبالتالي التأثير على مواقف وتصرفات الآخرين .

٣- أجمعت الدراسات ، على أن قادة الرأى أكثر تعرضا بدرجة كبيرة لوسائل الإعلام ، بينما هذه الخاصية لا تتوافر بدرجة ملحوظة دوما عند المؤثرين ، فقد لاحظ "ويمان" في دراسته للمؤثرين أنهم يعتمدون على المصادر الشخصية ، وأن سلوكهم الاتصالي مع وسائل الإعلام الجماهيرى عادى ولا يتسم بالتعرض العالي لها ، وبالتالي فهم هنا أكثر توليدا للرأى وأكثر حركية وتفاعلا ، ومن ثم أقدر على التأثير .

٤- إذا كان مفهوم قادة الرأى يقوم على فصل القادة والأتباع فإن المؤثرين كمفهوم لا يقوم على هذا الفصل ، حيث إن الأمر هنا يتعلق

بمتغير مستمر وفرد يتميز بقوة الشخصية يفرض تأثيراته على الآخرين بفعل ما يتمتع به من صفات ذاتية وموضوعية .

ويبدو واضحا من هذه الفروق ، أن مفهوم "المؤثرون" هو مجرد تطوير لمفهوم "قادة الرأى" بالمعنى التقليدى الذى أشارت إليه الدراسات المبكرة ، وأن هذا المفهوم المطور يتناسب أكثر مع السمة الأكثر تعقيداً لقيادة الرأى التى انبثقت عن النقد المتزايد للدراسات المبكرة حول قيادة الرأى ، إننا فى التحليل الأول والأخير بصدد عملية تأثير بالغة التعقيد والتشابك يقوم بها أفراد فى الواقع الفعلى ، وهؤلاء الأفراد لديهم من المؤهلات المختلفة ما يتيح لهم ممارسة التأثير ، وأن اكتشاف وتحديد هؤلاء الأفراد بالغ الأهمية للمعنيين بالشئون السياسية ، والتسويق ، والإعلان ، والرأى العام ، والتغيير أو نشر التجديدات ، كما أن دراسة مصادر معلومات هؤلاء الأفراد ودورهم فى عمليات اتخاذ القرار له علاقة كبيرة بتطوير دراسات الاتصال الإقناعى وتحقيق الترابط بين دراسات الاتصال الشخصى والجماهيرى والمساعدة بالتالى فى التنظير لعملية الاتصال .

**المؤثرون :**

يرى نفس المصدر أن تعريف المؤثرون هو :[٣٧]

الشخص الذى يتمتع بحضور اجتماعى وشخصية قوية تتيح له عند تفاعله مع الآخرين أن يغير من آرائهم أو اتجاهاتهم أو تصرفاتهم بصورة

---

[٣٧] عبد الفتاح عبد النبى ، المرجع السابق .

متكررة نسبيا فى كل موقف اتصالى ، هذا التغيير يمكن قياسه أو ملاحظته فى الواقع الفعلى .

هذا الفهم العام لماهية الشخص المؤثر ، لا يقدم ولا يؤخر فى المساعدة على اكتشاف الأفراد المؤثرين وسهولة الوصول إليهم فى الواقع الفعلى كما يثير بذاته تساؤلات : ما هو الحضور الاجتماعى أو مكونات الشخصية القوية التى تتيح للفرد ان يؤثر فى الآخرين ، هنا يصعب التحديد والتعريف وتتداخل السمات ، مما يفرض الاتجاه للحديث عن مؤشرات أو ملامح يمكن الاسترشاد بها هنا فى تحديد طبيعة الشخصية القوية أو المؤثرة ، أكثر ما نتجه لوضع تعريف لماهية الشخصية القوية لتلافى الدخول فى دائرة مفرغة ، وهو ذات المنحى الذى نحا إليه باحثون آخرون فى توصيفهم لماهية الشخص المؤثر ، حيث يطرح التساؤل : ما هى السمات التى تجعل الفرد أكثر إقناعا وتأثيرا؟

## خصائص وسمات الشخص المؤثر

يرى نفس المصدر أن الشخص المؤثر يتميز بثلاث صفات هى :

١- تمثل قيم معينة ، وهى القيم التى توضح هوية الشخص وتوجهاته .

٢- الكفاءة التى تشير إلى ما يتوافر لديه من معارف ومعلومات ومهارة على تبادلها مع الآخرين .

٣- المركز الاجتماعى للفرد الذى يحظى به فى البيئة أو درجة معرفة وتقييم الآخرين له .

ويرى الباحثون عادة في مجال الإقناع على ثلاث سمات للفرد الأكثر إقناعا وتأثيرا وهي : المصداقية ، والجاذبية ، والنفوذ ، والتعامل مع هذه العناصر الثلاثة باعتبارها فاعلة في تحديد المقدرة التأثيرية للفرد ، وهذه العناصر هي :

**أ- المصداقية : Credibility**

تشتمل مصداقية الفرد على عنصرين : الخبرة والاعتمادية أو الموثوقية ، والخبرة ، هي المدى الذى يرى فيه الأفراد أن هذا الفرد لديه المعرفة أو الإجابة الصحيحة على السؤال أو الموقف الصحيح تجاه القضية المطروحة ، والخبرة يكتسبها الفرد وتتشكل من خلال عمليات التدريب والتعليم ، والتجربة والذكاء والمهارة المهنية والمركز الاجتماعي ، وهكذا فإن الشخص الخبير ، هو الذى يتوافر لديه معرفة صحيحة وموثوقة عن الموضوع أو القضية ، وعادة ما تكون الخبرة مقصورة على مجال معين ، فهذا الفرد خبير في المجال الطبى أو الشئون القانونية ، أو الأمور الدينية ، أو في إصلاح السيارات أو في مجال الإتصال ....الخ ، ونادرا ما يكون الفرد الواحد خبير في كل هذه المجالات في آن واحد ، ويتعامل الأفراد مع الشخص المطلع أو العليم أو المتخصص بدرجة من الجدية ، ويتبعون توصياته ، لأن تجربتهم الماضية قد أثبتت أنه غالبا ما يدافع عن الموقف الصحيح ، وأن اتباع توصياته قد أفادتهم ، فمثلا من المحتمل أن يثق الأفراد في الطبيب المتخصص لأنه كان على حق من قبل وأدى تتبع توصياته إلي تحسن الصحة كما تتزايد احتمالات تأثير الفرد الخبير على الأفراد الآخرين الذين يسعون لتكييف الاتجاهات والآراء الجديدة مع ما أصبحوا يقتنعون

به . وعندما ينظر هؤلاء الأفراد إلى ذواتهم باعتبارهم عقلاء ، فإنهم عادة ما يتجهون إلى من تتوافر لديه المعرفة الصحيحة بهذه الإتجاهات والآراء الجديدة ويصبحون أكثر استعدادا للتأثر بآرائه .

وبالطبع كلما توافرت لدى الفرد حسن المعرفة والاطلاع أى الخبرة والموثوقيه أو البعد عن الهوى والاعتدال ، تزايدت احتمالية المقدرة التأثيرية للفرد ، ومع ذلك ، فنادراً ما نجد فى الواقع الفعلى توافر عنصرى الخبرة والثقة معاً ، وإنما الأكثر شيوعا على النحو المألوف فى ممارسات الحياة اليومية ، أن نجد الفرد الخبير ولكن ليس جديراً بالثقة .

**ب-الجاذبية Attractiveness**

السمة الثانية المشكلة للمقدرة التأثيرية للفرد ، هى الجاذبية ، والافتراض العام هنا هو أن الفرد الذى يتمتع بجاذبية سوف يكون أكثر فاعلية وتأثيرا من الفرد غير الجذاب خلال تفاعلاته مع الآخرين ، وعادة ما يتجه النظر لفهم الجاذبية هنا على أنها الجاذبية الجسمانية أو الهيبة الشخصية ( الكاريزما ) ، ولكن بسبب صعوبة قياس الصفات الجسمانية للفرد بصورة موضوعية ، فقد أحجم الباحثون عن محاولة وصف الخصائص الجسمانية للفرد المؤثر ، واثاروا عوضا عن ذلك عناصر التشابه، والألفة والحب كمحددات لجاذبية الفرد .

والتشابه Similarity يوحى بالقرب ، وعادة ما ينجذب الأفراد إلى من يشبهونهم ، وعندما تتزايد درجة الشبه بين المصدر والمتلقى ، فإن احتمالات تأثير المتلقى بتوصيات المصدر تتزايد والعكس يصبح صحيحا أيضا فى هذه الحالة ، والتشابه قد يكون ديموجرافيا ، أو إيديولوجيا ،

وتظهر الدراسات الحقلية أن الجمهور ينجذب إلى المصادر التى تشاركه الخصائص الديموجرافية العامة مثل السن ، التعليم ، الوظيفة ، مستوى الدخل ، النوع ، العرق ، محل الإقامة ، الدين .....الخ ، حيث يساعد مثل هذا التشابه الديموجرافى الجمهور على التوحد مع المصدر ، وتتزايد رؤيتهم إليه باعتباره واحداً منهم ، وأن لديهم أهدافا واحتياجات واحدة ، وإذا استطاع المصدر أن يظهر للمتلقى أن اهتماماتهم واحتياجاتهم مشتركة بفعل التشابه فى الخصائص ، فإن هذا المتلقى قد يميل إلى اتباع نصائحه وتوصياته .

والتشابه الإيديولوجى أو الفكرى ، يدعم قدرة المصدر على التأثير، فالمبدأ أن المتلقى ينجذب إلى المصدر الذى لديه اتجاهات مشابهة معه، وكلما تزايدت الاتجاهات المشتركة أصبح المصدر أكثر جاذبية ، ويرى بعض الباحثين ، أن التشابه الفكرى ، يعد محددا أقوى من التشابه الديموجرافى للجاذبية ، فقد وجد " وليم ماكيور " على سبيل المثال فى دراسته ، أن الاميريكيين يتأثرون أكثر بالتشابه الأيديولوجى بالمقارنة بالاختلافات العرقية فى المواقف الإقناعية المختلفة ، فالفرد الذى ينتمى إلى ذات الحزب أو العقيدة أو التوجه السياسى ...الخ تتزايد جاذبيته ويتعمق الإحساس بالاشتراك فى الاتجاهات والآراء معه والميل بالتالى لقبول نصائحه .

وتؤكد نظرية التعلم ، أن المصدر المشابه للمتلقى سوف يكون مؤثرا خلال التفاعل والاتصال ، لأن خبرة التفاعل الماضية معه والاستماع إلى نصائحه باعتباره مثيلا له ، قد ادت إلى منفعة مادية أو معنوية ، وأن التفاعل بين الأفراد المتشابهين هو فى حد ذاته خبرة طيبة

مفيدة ، والممارسات متوقعة وأطراف التفاعل من المحتمل أن يعزز كل منهما الآخر ، كما تؤكد النظرية الوظيفية أن المصدر سوف يكون أكثر تأثيرا وإقناعا بسبب دوافع المتلقى للتماثل معه ، حيث يساعد ذلك المتلقى للاحتفاظ بعلاقة منفعة مع المصدر وأنه من المحتمل أن ينخرط الأفراد فى علاقات مع المتشابهين معهم للمحافظة على مثل تلك العلاقة التى تحقق لهم إشباعات معينة .

فإذا تجاوزنا التشابه إلى الألفة كعنصر من عناصر الجاذبية ، فالأفراد تنجذب بصفة عامة إلى المصادر التى تعرفها أو تألفها ، وتوجد دلائل قوية أن الألفة تساعد على زيادة التفاعل وانجذاب الأفراد لبعضهم البعض ، هذا فضلا عن أن الإعتياد أو الألفة فى حد ذاتها تدعم الحب وتوثق العلاقات .

والقاعدة أن الفرد المألوف أو الذى اعتدنا أن يمدنا بالمعلومات أو يستثار فى المواقف المختلفة ، سوف يكون بلاشك أكثر فاعلية فى الاقناع من الفرد غير المألوف أو المعروف ، فالأول نواياه وخبرة التعامل الماضية معه مضمونة ، ودرجة المخاطرة محدودة ، فى حين أن الشك والريبة والحذر قد يحيط بالفرد غير المألوف أو الغريب ، وبالتالى تتدنى قدراته التأثيرية ، ويصعب اتباع توصياته حتى يتم التثبت من نواياه وهكذا .

وإذا انتقلنا إلى عنصر الحب "Liking" فإننا نجد الميل العام للإنجذاب للمصادر التى يهواها الأفراد أو يحبونها ، وكلما كان المصدر محبوبا ، كان أكثر تأثيرا وإقناعا ، ولكن ما هى محددات هذا الحب ؟ هنا تشير نتائج البحوث وتجارب الممارسة الحياتية ، أن التشابه والألفة

والاعتياد تقود إلى الحب ، ويعزز الحب كما أشرنا آنفا من تزايد إدراك المتلقى بتشابهه مع المصدر وعادة ما يميل الفرد إلى تضخيم التشابه الفعلى بينه وبين المصدر ، كذلك فإن السعى لخدمة مصالح الناس وجلب المنافع لهم ، ومعاونتهم أو نجدتهم فى الملمات كلها أمور تدعم من الجاذبية وعلاقة الحب التى تعد مفتاح التأثير ، وفى المقابل ، فإن الأنانية والرغبة فى الاستحواذ والانقضاض على حقوق الآخرين ، والتآمر ضدهم وإلحاق الأذى بهم كلها تصرفات تثير الكراهية والبغضاء وتدعم معها علاقة العداء والنفور ، وتتلاشى بالتالى الجاذبية والميل لاتباع التوصيات المقدمة ممن يتصفون بهذه الصفات .

وإذا تجاوزنا التشابه ، والألفة أو الحب ، إلى الجاذبية الجسمانية أو الفيزيقية ، فإننا نجد أن الكثير من الأحكام الفردية حيال الأفراد الآخرين تقوم على أساس المظهر الجسمانى لهم ، وعلى الرغم من أن العقل الإنسانى لا يتوافر لديه أى مقياس عام للجمال بخصوص الجسم البشرى ، كما يقول "دارون" ، إلا أن نقص هذا المقياس لم يعوق المحاولة لتحديد الجاذبية الجسمانية ، وقد استخدمت معظم الأبحاث فى ذلك طريقة الحقيقة بالاجماع ، لتحديد هذه الجاذبية ، ومؤدى هذه الطريقة ، أنه إذا اتجه العدد الأكبر من الأحكام لتصنيف الشخص على أنه جذاب جسمانيا فإنه عندئذ يصبح كذلك .

وتشير العديد من الأدلة والشواهد ، بأن الجاذبية الجسمانية للفرد تعد محددا مهما لتحديد كفاءته التأثيرية ، حيث تؤثر الجاذبية الجسمانية على تقييمات الآخرين ، فالشكل الحسن أو القبيح ، والجسم الفارع ، أو النحيف ، والممتلىء الصحة والعليل والملابس النظيفة والقذرة .....الخ ،

كلها عوامل متداخلة تساهم فى تحديد درجة الهيبة والاحترام للفرد فى الوسط الذى يتفاعل فيه ، وبالتالى فى التأثير على قدراته الإقناعية .

جـ- النفوذ : Power

بعض مصادر الاتصال لا تتمتع بالمصداقية أو الجاذبية ولكن مع ذلك ، تعد مؤثرة وفاعلة إلى حد كبير فى تغيير آراء واتجاهات وتصرفات الأفراد الآخرين فى مجريات الحياة الفعلية ، هذه المصادر تتمتع بالسلطة أو النفوذ ، وهو العامل الثالث من محددات المقدرة التأثيرية للفرد .

ويرى " كيلمان " أن الفرد الذى يتمتع بالنفوذ والقوة فى البيئة الاجتماعية لديه ثلاث خصائص ملحوظة : السيطرة والاهتمام والمراقبة ، والسيطرة أو القدرة على التحكم هى المدى الذى يدرك فيه المتلقى ، ان المصدر قادر على توجيه الثواب والعقاب إليه ، وقد أظهرت نتائج الأبحاث فى هذا المجال ، أن سلطة العقاب أو سلطة الثواب أو المكافأة تؤثر بصورة متساوية فى توليد الاستجابة أو الخضوع لتعليمات المصدر ، وبالطبع كلما تزايدت المكافآت أو المنافع التى تعود على الفرد ( المتلقى ) تزايد اقترابه من المصدر وتزايدت بالتالى فاعلية الأخير فى الإقناع والتأثير .

وبجانب العناصر الثلاثة العامة المشار إليها : [ المصداقية ، الجاذبية ، والنفوذ ] ، تفرض كل ثقافة أو بيئة حضارية معينة ، طبيعة الملامح التى تحدد هوية الشخص المؤثر ، أو درجة قوة أو فاعلية كل عنصر من العناصر المختلفة التى تساهم فى تشكيل الشخصية القوية أو المؤثرة ، فمثلا

التدين ، يعد أحد العناصر الرئيسية المهمة في تشكيل ملامح الشخصية المؤثرة في المجتمع المصري ، على عكس الحال مثلاً في المجتمع الأمريكي .

كذلك ، فإن الثقافة المصرية ، تعلي من قيمة الأصل أو المعدن والنسب ، وكثيرا ما يجرى التمييز بين الأفراد على أساس أصولهم الاجتماعية ، ذلك أن العائلة كانت على مر العصور تلعب دوراً هاماً في الحياة الاقتصادية والسياسية في المجتمع المصري ، فهي التي تحدد النشاط الاقتصادي وحيازة الثروة لأعضائها ، وتقدم لهم الأمن والحماية ، وعلى الرغم من التطورات الاقتصادية والاجتماعية التي عايشها المجتمع المصري في الحقب الأخيرة وأثرت على دور النسق العائلي في الحياة الاجتماعية ، إلا أن هذا العنصر الثقافي لا يزال موجوداً وفاعلاً .

ويلخص د. عبد الفتاح عبد النبي السمات والخصائص العامة للشخصية المؤثرة في المجتمع من خلال الدور التأثيري له ، حيث يرى أن الشخص المؤثر هو :

(١) نشط اتصاليا ومتعدد الصداقات والمعارف ، وكثيرا ما يشغل وقت فراغه في مواصلة التعليم ، وحضور الندوات والمؤتمرات أو اللقاءات الجمعية ، وخلال ذلك يستمتع بنقل معارفه أو أنماط سلوكه إلى الآخرين .

(٢) لديه معارف ومعلومات متعددة بفعل الخاصية السابقة ، وتتنوع مصادر إمداده بالمعلومات وبالذات المطبوعات ( الجرائد ، والمجلات والكتب ) ويعمل باستمرار كمقدم مشورة ومحاولة التدخل في معالجة المشكلات وإبداء الآراء .

(٣) من السهل الوصول إليه والاحتكاك به ، ومعروف على نطاق واسع نسبياً في الوسط الاجتماعي أو المهني .

(٤) لديه ميل للاهتمام بالآخرين والرغبة في مساعدتهم ، كما يحظى باحترام وحب الآخرين وبالسمعة الطيبة ، ويقع في الغالب في الفئة العمرية المتوسطة ( ٣٠-٦٠ سنة ) .

(٥) أكثر اهتماما بالشئون العامة ، والسياسات القائمة وما يدور في البيئة المحلية أو الخارجية من وقائع وأحداث .

(٦) أكثر دخلاً وأكثر رشادة في الإنفاق ، وبالذات عندما تنحصر إمكانياته المادية ، وأكثر بذلاً في العطاء والمساعدة ورغبة كبيرة في تعظيم دخله ، والارتقاء بأوضاعه المعيشية ، وإن كانت هذه النزعة تقل مع تزايد العمر .

(٧) ناجح في عمله وأكثر استماعاً به ورغبة في تجويده وتطويره .

(٨) حاصل على مستوى أعلى من التعليم الرسمي .

(٩) ينتمي إلى أسرة مستقرة ومترابطة إجتماعيا ولها مكانة متميزة .

## المهارات العامة للاتصال الفعال

يمكن تصنيف مهارات الاتصال إلى ثلاثة أنواع أساسية هي :

**أولا : مهارات التخاطب :**

وتشمل :

أ) مهارات الاستماع .

ب) مهارات الحديث .

**ثانيا : مهارات المعرفة :**

وتشمل :

أ) مهارات القراءة .

ب) مهارات الكتابة .

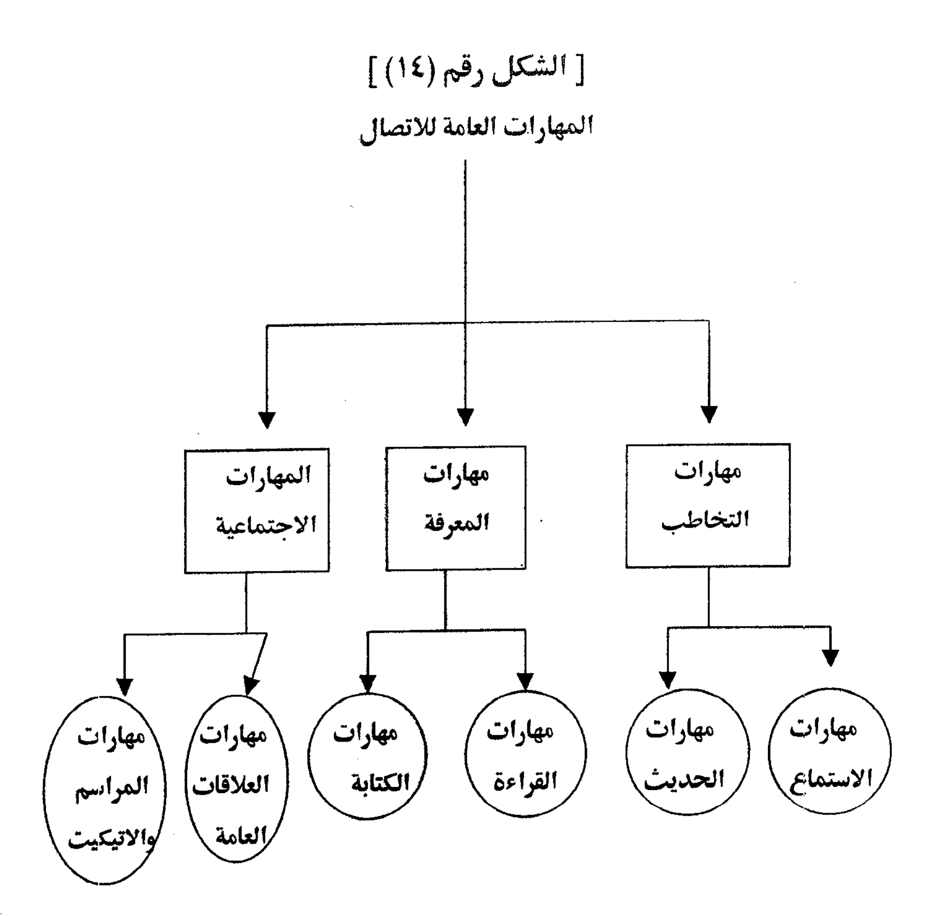
**ثالثا : المهارات الاجتماعية :**

وتشمل :

أ) مهارات العلاقات العامة .

ب) المراسم ( البروتوكول ) وقواعد الإتيكيت .

وسوف نتعرض بالتفصيل للنوعين الأولين من مهارات الاتصال وهى مهارات التخاطب ومهارات المعرفة أما مهارات العلاقات العامة فقد عرضنا لها بالتفصيل فى معرض الحديث عن المهارات النوعية المرتبطة بانواع الاتصال ، فى حين أن مهارات المراسم وقواعد الاتيكيت تتطلب دراسة مستقلة ......


المهارات العامة للاتصال
مهارات التخاطب
مهارات المعرفة
المهارات الاجتماعية
مهارات الاستماع
مهارات الحديث
مهارات القراءة
مهارات الكتابة
مهارات العلاقات العامة
مهارات المراسم والاتيكيت

[ الشكل رقم (١٤) ]

## أولا : مهارات التخاطب

وهى تشمل الاستماع والحديث ، فالاستماع الجيد إلى الآخرين له قواعده التى تحكمه ، والحديث المناسب للشخص المناسب فى الوقت المناسب له أيضا ضوابطه وأحكامه ، وهذه الضوابط والقواعد والأحكام لفنون الاستماع والحديث هى ما يطلق عليها " مهارات التخاطب " .

### أ) مهارات الاستماع

أهمية حاسة السمع لدى الانسان :

يحدد د. منير حجاب أهمية حاسة السمع وتقدمها على الحواس الأخرى وبخاصة البصر فى العوامل التالية :[٣٨]

١- إن السمع هو أسبق حواس العقل إلى وصل الإنسان بالكون .

٢- تعلو حاسة السمع حاسة البصر فى إتساع المدى وفى القدرة على الشمول والإحاطة ، فالإنسان يرى فى إتجاه واحد ، فى حين أنه يتلقى الأصوات فى آن واحد من كل الإتجاهات .

٣- يفقد الإنسان حاسة البصر ومع ذلك يظل على اتصال بالجماعة التى يعيش فيها بفضل حاسة السمع ، أما الأصم فتنقطع صلته بالجماعة ، إذ لا

(٣٨) محمد منير حجاب ، مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة ، القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، ١٩٩٩ .

يملك وسيلة للتفاهم معها وتلقى عواطفها ومشاعرها والوقوف على آرائها وخواطرها .

٤- إن الاستماع شرط أساسى للنمو اللغوى بصفة عامة ويأتى فى المرتبة الأولى من حيث ترتيب المهارات الاتصالية زمنياً فى إطار النمو اللغوى.. فالطفل بعد الولادة بعدة أيام يبدأ فى التعرف على الأصوات المحيطة به، كما يقول علماء النفس ، ويبدأ فى نهاية عامه الأول تقريبا فى نطق الكلمات ... ومع بداية التعليم فى المدرسة يستخدم حصيلة الأصوات المسموعة لديه فى التعرف والتمييز بين أصوات الكلمات المكتوبة ، فيقرأ ويكتب ... ولهذا ينبغى تدريب الأطفال على هذه المهارة فى سن مبكرة، ليكتسبوا القدرة على تصور الأفكار من خلال الألفاظ المنطوقة ، وبالتالى القدرة على تصور هذه الأفكار وطرحها والتعبير عنها شفاهة أم كتابة ، فالاستماع يمكننا من استخدام اللغة وتبادل الكلام ، واللغة هى حجر الزاوية فى سلوكنا الاجتماعى ، ولهذا فللسمع أهمية حيوية بالنسبة للإنسان .

٥- إن الاستماع يقوى انطباعات الود والصراحة ، ويغرى بالمشاركة عن طريق توفير الفرصة للفهم الكامل والدقيق للآخرين .... فالاستماع هو العلاقة الأساسية التى يمكن أن تدل على أن إنساناً يبدى إهتماماً بآخر ويتفهمه ، وذلك فى أى موقف ، فالقائد أو المدير الذى يسعى لإشراك الآخرين فيما يسعى إلى تحقيقه ، هو نفسه القائد أو المدير الذى يتسم بالقدرة على الإنصات الجيد للآخرين ومشاركتهم مشاعرهم وأفكارهم ، ثم إن القائد المنصت يبث فى غيره من القادة أو المديرين على جميع المستويات القدرة على الإنصات ، فيصبحون من فئة المنصتين ...

وبالتالى فإن المؤسسة المنصتة هى أيضا تلك التى يتزايد احتمال قدرتها على التعامل مع المتغيرات البيئية بسرعة وتحقيق نجاح أكبر ومشاركة أكثر من العاملين ... فالانصات أو الاستماع هو الأداه الرئيسية للتفرقة بين نجاح الإدارة وفشلها . وفي الوقت نفسه يوفر لنا الاستماع فرصة جيدة للتعامل مع الآخرين والتعاون معهم ، حتى وإن كنا لا نشعر نحوهم بالود ... وذلك من خلال التعرف على أفكارهم وآرائهم ومشاعرهم ودوافعهم المختلفة .

٦- إكتساب خبرات الآخرين : فالاستماع يوسع مدارك الفرد ويزيد قدرته على الفهم من خلال التعلم من الآخرين ... فتتعلم كيف يفكر الآخرون .. وماذا يفعلون تحت نفس الظروف وإزاء نفس المشكلات التى تواجهنا .. ونستفيد بالتالى من هذه الخبرات في حل مشكلاتنا ، وفي تحسين المعنويات ، وزيادة الانتاج .... وهذا ما جعل كثير من المؤسسات تهتم حاليا بالبرامج التدريبية لتنمية المهارات الاتصالية ، وبخاصة بعد أن أثبتت البحوث أن جزءاً كبيرا من الفشل في هذه المؤسسات يرجع لضعف هذه المهارات لدى العاملين بها ، وبخاصة قدرتنا على استقبال المعلومات .

٧- إكتساب معلومات جديدة : فالاستماع إلى العلماء والخبراء والمتخصصين والمدراء يزودنا بمعلومات وأفكار وإرشادات ومصطلحات جديدة في مجالات العمل والحياة المختلفة ، فهو وسيلة سريعة وأكثر كفاءة لجمع المعلومات أكثر من القراءة ولنقل اهتمامات وأفكار الآخرين ، فإذا أردت أن تعرف شيئا عن موضوع معين بسرعة ... يمكنك غالبا أن تجد شخصا خبيرا فيه لتسأله ... ومن المحتمل أن يتحدث بأسلوب

تفهمه... فيقدم لك استعراضا دقيقا وعاما للموضوع ، ويزودك بالحجج التي تعزز المعلومات المستقاه . ولكي تحصل على نفس هذه المعلومات عن طريق القراءة فإن ذلك يستغرق عدة أسابيع من البحث ... وبينما يمكنك من خلال عملية الإنصات أن تسأل أسئلة من أجل التوضيح الفوري ، فأنت لا تستطيع ذلك كقارىء ... فلا يمكنك أن تسأل الكاتب بمثل تلك السهولة .

٨- تحسين العلاقات : وفي إطار الحياة الاجتماعية يزودنا الاستماع بالمعلومات الضرورية للفهم الكامل للآخرين ... مما يسهل مهمة التفاعل معهم والتأثير عليهم . كما يساعدنا في تحديد الحالة المزاجية للآخرين ، من حيث الشعور بالسعادة أو الغضب أو الضيق . ويساعد عندما يتم بصورة جيدة على تقليل سوء الفهم للآخرين ، وعلى تحسين علاقات الفرد بالآخرين في المنزل والعمل . وعلى اختصار الوقت ، ان المتحدث لن يحتاج لأن يكرر ما يقوله .

٩- التفاعل مع البيئة الخارجية : فالاستماع يساعدنا في اكتشاف البيئة وبالتالي التكيف معها بالصورة التي تحفظ لنا حياتنا ... فأصوات سيارة بسرعة مقبلة حولنا .... وصوت طقطقة خشب يحترق .. أو أصوات الرعد والبرق والعواصف ... وأصوات زئير الأسود ، أو نباح الكلاب ، أو زقزقة الطيور ... أو أصوات الضوضاء المختلفة ... كل منها يترتب عليه استجابة معينة .

١٠- تأكيد الأهمية : فعندما ننجذب إلي شخص آخر وننصت إليه باهتمام ، سواء أكان يتحدث في محاضرة عامة ، أو يحدثنا عن مشاكله العاطفية ، أو عن متاعبه في العمل ، فهذا يعني أهميته كمتحدث ...

وبصفة عامة فإن كل إنسان يشعر باحتياج أساسي للشعور بهذه الأهمية ، وبالحاجة لأن ينصت إليه باهتمام ... ولذلك كان الحبس الإنفرادى أبلغ وسائل العقاب ... لأنه يحرم الإنسان من إشباع هذا الاحتياج .

١١ - الإعجاب والسرور : فالاستماع أحد المصادر الأساسية للإعجاب والسرور ... فالاستماع للموسيقى ، وللأعمال الدرامية فى الإذاعة والتليفزيون والسينما والمسرح ، والاستماع لكلمات الحب، وأحاديث الود، كلها مصدر للشعور بالإعجاب بالصورة التى تدخل السرور إلى نفوسنا .. وكذلك الاستماع إلى أصوات الطبيعة ، فخرير المياه وزقزقة العصافير وهفهفات النسيم تريحنا وتدخل الراحة إلى نفوسنا .

١٢ - التقييم : فمن خلال الاستماع نتلقى يوميا عشرات الرسائل التى تحثنا على الاستماع لبرنامج أو لقراءة كتاب ... أو لتشجيعنا أداء عمل معين ... فكل شخص يريد أن يؤثر علينا ... وهذه المعلومات تساعدنا على وزن الأمور وتقييمها ، وإتخاذ المواقف المختلفة .

١٣ - الفهم : وهو الهدف الأساسى للاستماع ... فنحن نستمع للمناقشات والأحاديث والمحاضرات والندوات وللإذاعة والتليفزيون ، ولغير ذلك من المصادر ، لنفهم أولاً ... ثم لنستفيد مما نسمعه .... والفهم لا يعنى قبول كل ما يعنيه المتحدث .... ولكنه ضرورى لهذا القبول ، وضرورى لتحقيق الاستجابات الصادرة.

**تعريف الاستماع :**

يصنف ذات المرجع تعريفات الاستماع إلى أربعة أنواع هى :

**(١) تعريف الاستماع وفقا لمعيار المنبه الصوتي :**

الاستماع هو العملية التي تستقبل بها أذن الانسان من خلالها المنبهات الصوتية من الآخرين ، وتحيلها إلى مخ الانسان لتفسيرها وتذكرها واسترجاعها .

**(٢) تعريف الاستماع وفقا لمعيار لغة الحديث :**

الاستماع هو القدرة على فهم اللغة المستخدمة في الحديث .

**(٣) تعريف الاستماع وفقا لمعيار النطق والاشارة :**

الاستماع هو عملية استيعاب لكل من الرموز المنطوقة والاشارات الشفهية والمرئية ما بين المرسل والمستقبل .

**(٤) تعريف الاستماع وفقا للمعيار الموضوعي :**

الاستماع هو عملية استقبال وتفسير وتحليل وحفظ المعلومات .

**عناصر عملية الاستماع :**

يمكن تحديد عناصر عملية الاستماع فيما يلي :

**(أ) المتحدث :**

وهو القائم بالاتصال والذي يدلى بمعلومات أو بيانات أو أحاديث إلى المستقبل لهذه المعلومات .

وعملية الاستماع ( من جانب المتحدث ) تؤثر فيها عدة عوامل من شانها إتمام عملية الاستماع على الوجه المطلوب أى نجاح عملية الاستماع إذا توافرت هذه العوامل ، وفى حال عدم توافر كل أو بعض

هـذه العوامـل أدى ذلـك إلى فشـل عمليـة الاسـتماع وتـبدد المعـانى والأفكار المرسلة من القائم بالاتصال .

وعوامل نجاح عملية الاستماع ( من جانب المتحدث ) هي :

- وضوح الصوت .
- سهولة انتقال الألفاظ والاشارات إلى المستقبل .
- مصـداقية وقـوة المـتحدث بالنسـبة إلى المنصـت أو المنصـتين للحديث.

**(ب) المستمع :**

لكـي يحقق الاتصال السمعى أهدافه ويصبح إتصالا إيجابيا يجب أن تتوفر في المستمع المقومات والقدرات التالية :

١- الانتباه وسعة الأفق .

٢- إدراك هدف المتحدث .

٣- التمييز بين جمل الحقيقة والرأى .

٤- التمييز بين البراهين المنطقية والعاطفية .

٥- ملاحظة مدى الحياد أو الانحياز للمتحدث .

٦- تمييز اتجاه المتحدث .

٧- تمييز التناقضات بين الرسائل الشفهية وغير الشفهية للمتحدث .

٨- استخدام الأسلوب الامثل للاستماع .

٩- القدرة على فهم اللغة الشفهية للحديث وتمييز الأفكار الرئيسة .

١٠- القدرة على تحديد التفاصيل الفرعية .

١١- تمييز العلاقات الواضحة بين الأفكار .

١٢- القدرة على استدعاء أو استرجاع الأفكار والتفاصيل الرئيسة .

**(جـ) الرسالة السمعية :**

وهي الألفاظ والاشارات والتعبيرات الصادرة عن المتحدث ........

- **الألفاظ:**

يجب أن تكون واضحة ومفهومة لدى المستمع ، كما يجب على المتحدث مراعاة الإطار الدلالي لألفاظه وكلماته لدى المستمع .

- **الاشارات والتعبيرات :**

وهي عبارة عن حركات جسدية يعبر بها المتحدث عن أفكاره وهي في غالب الأحوال تكون مكملة أو مصاحبة أو متممة للعبارات والكلمات .

ومثال الاشارات والتعبيرات الجسدية :

الابتسامة أو العبوس – حركات العيون والحواجب والفم واللسان والأصابع – إيماءات الرأس والأيدى والأذرع والأرجل .

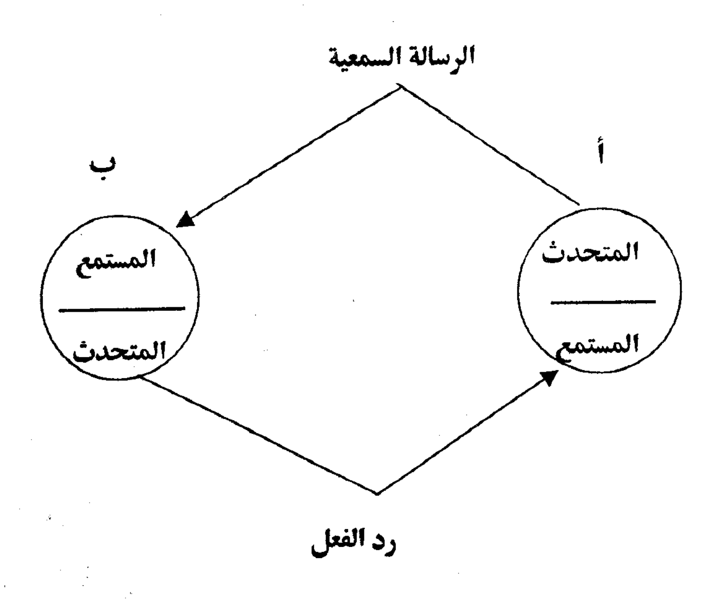
**(د) الأثر أو النتيجة :**

وهو تحقيق الهدف من الرسالة السمعية الموجهة من المتحدث إلى المستمع ، ويتحقق أثر الرسالة السمعية أو نتيجة الرسالة السمعية عن طريق الخطوات التالية :

- حسن الاستماع .
- إدراك وفهم واستيعاب معانى ومقاصد الرسالة السمعية .
- تكوين اتجاه فكرى – عقلى تجاه الرسالة السمعية سواء كان هذا الاتجاه إيجابى ( الاقتناع بالرسالة ) أو سلبى ( عدم الاقتناع بها ) .

• **رد الفعل ( رجع الصدى ) :**

**وهو الاستجابات اللفظية أو غير اللفظية تجاه الرسالة السمعية التي تصدر عن المستمع بعد سماعه الرسالة السمعية ، فيقوم بتوجيه ألفاظ أو إشارات أو الأثنين معا إلى المتحدث ، ويصبح المستمع في هذه الحالة متحدثا والمتحدث مستمعا وذلك في الاتصال السمعى الحوارى ، كما يوضحه الشكل التالى :**




[ الشكل رقم (١٥) دورة الرسالة السمعية
بين المتحدث والمستمع ]

## أنواع الاستماع

يمكن تصنيف " أنواع الاستماع " وفقا لعدة معايير من أهمها :

**أ) المعيار الكمى :**

وفقا للمعيار الكمى يمكن تصنيف الاستماع إلى ثلاثة أنواع من الاستماع هى :

**(١) الاستماع الثنائى :**

وهو التخاطب السمعى بين شخصين .

**(٢) الاستماع الجمعي :**

وهو التخاطب السمعى بين مجموعة من الأشخاص .

**(٣) الاستماع الجماهيرى :**

وهو الرسالة السمعية الموجهة إلى أعداد كبيرة من المستمعين ومثاله الواضح " الإذاعة " .

**ب) وفقا للمعيار الشخصى ( المواجهى ) :**

**(١) استماع مباشر :**

وهو عبارة عن وجود المتحدث والمستمع معا في مكان واحد وزمن واحد " وجها لوجه " .

**(٢) الاستماع غير المباشر :**

وهو نوعان :

× استماع بين شخصين ولكن ليس بالمواجهة ومثاله الرسائل الصوتية المسجلة .

× استماع عبر وسيلة اتصال ، مثل : التليفون ، اللاسلكى ، الإذاعة ....الخ

**جـ) وفقا لمعيار الهدف :**

يمكن تصنيف الاستماع وفقا لمعيار الهدف من الاتصال السمعى إلى نوعين من الاستماع هما :

**(١) الاستماع المقصود :**

وهو يمثل رغبة المستمع في الاستماع إلى رسالة المتحدث وحرصه على تلقى الرسالة السمعية واهتمامه بها .

**(٢) الاستماع العابر :**

وهو الاستماع العارض أى الاستماع غير الإرادى والذي يصل إلى أذن المستمع بالمصادفة ومن ثم فهو لا يعد من الرسائل الاتصالية السمعية الهادفة .

**(د) وفقا للمعيار الموضوعي :**

يمكن تصنيف الاستماع وفقا لمعيار موضوع الاستماع مثل :

[ الاستماع التعليمي ... التثقيفى ... التربوى ... الترفيهى ... الخ ] .

**معوقات الاستماع :**

يمكن عرض أهم معوقات الاستماع فيما يلى :

- **انعدام الإطار الدلالي :**

إن إختلاف معانى الألفاظ ومدلولات العبارات ومقاصد الإيماءات والاشارات بين المتحدث والمستمع وهو ما يعرف باختلاف الإطار الدلالي يؤدى – حتما – إلى عدم فهم المستمع للرسالة السمعية وبالتالى عدم تحقيقها للأهداف المرجوة منها .

- **التشويش :**

وهو عمليات التدخل الصوتى بين المتحدث والمستمع .

- **عدم الأهمية :**

قد لا تشكل الرسالة السمعية لدى المستمع أهمية أو فائدة فينصرف عنها، ومظاهر عدم الأهمية :

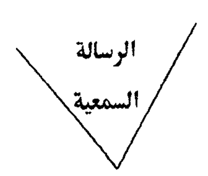
السرحان – اللامبالاة

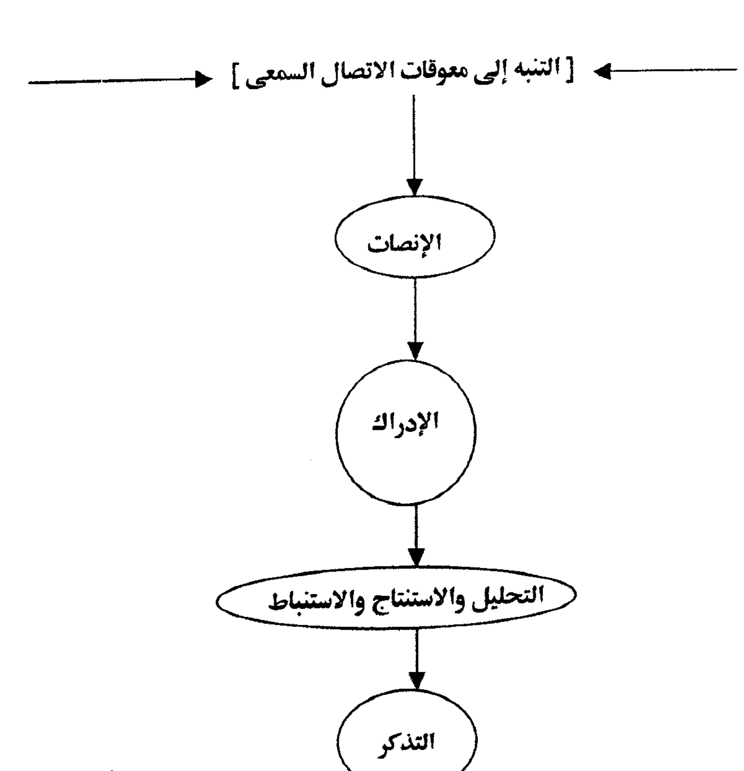
## مهارات الاستماع

يمكن حصر أهم مهارات الاستماع فيما يلى :

[ انظر الشكل رقم (١٦) ]

مهارات الاستماع




[ الشكل رقم (١٦) مهارات الاستماع ]

**أولا : التنبيه إلى معوقات الاتصال السمعي :**

وهي ( إنعدام الإطار الدلالي – التشويش – عدم الأهمية )

ويمكن التغلب على هذه المعوقات بالطرق التالية :

١- التنبه إلى المتحدث .

٢- التركيز في استماع الرسالة السمعية .

٣- تجنب الاستماع إلى عناصر التشويش الخارجي .

**ثانيا : مهارة الانصات :**

إن الاهتمام بأحاديث الآخرين والانصات إلى الأحاديث الموجهة للشخص فضلا عن كونه مهارة من مهارات الاتصال بوجه عام إلا أنه في ذات الوقت يعتبر قاعدة مهمة من قواعد التخاطب ، فلكي يسمعك الأخرون باهتمام يجب أن تبدأ أنت بالاهتمام إلى أحاديث الآخرين بحسن الانصات وابداء الاهتمام للرسائل السمعية الموجهة إليك .

**ثالثا : مهارة الإدراك:**

مجرد الانصات وحده لا يكفى لتحقق مهارة الاستماع ، إذ يعقب عملية الانصات عملية إدراك وفهم الرسالة السمعية على الوجه التالى :

- فهم معانى الكلمات والألفاظ .
- استيعاب مدلول الاشارات والإيماءات .

وهذه الاشارات والإيماءات قد تأخذ أحد الصور التالية :

- الإيماءات والاشارات المتممة للكلمات والألفاظ أو إشارة اليدين الدالة على فض الاجتماع .

- الإيمـاءات والاشـارات المؤكـدة لمعـانى الكـلمات والألفـاظ مـثل حركات اليدين والأصابع التي تتوافق مع الكلمات والألفاظ .
- الإيمـاءات والاشـارات الشـارحة والمفسـرة لمعـانى الكـلمات مـثل علامات الفرح أو الغضب .

**رابعا : مهارة التحليل والاستنباط والاستنتاج :**

يحدث كثيرا أن يفهم المتلقون الرسالة الاتصالية السمعية كل على وجه مخالف للآخر رغم وحدة الرسالة ووحدة الزمان والمكان وسهولة الألفاظ والعبارات ، ويرجع ذلك بالدرجة الأولى إلى عدم وحدة عناصر التحليل والاستنباط والاستنتاج لدى المتلقين ، فيفسر كل واحد منهم الرسالة السمعية الاتصالية على وجه مخالف للآخرين .

**خامسا : التذكر :**

لا تقـف مهـارات الاسـتماع عـند مـرحلة التحلـيل والاسـتنباط والاستنتاج فقط بل يجب أن يحتفظ المرء – في ذاكراته – بالأحاديث المهمة التي تناهت إلى أسماعه ، ويكون لديه المقدرة على استرجاعها من الذاكرة كما هي وفي الوقت المناسب .




فـن الحديـث هـو الوجـه المقـابل لفـن الاسـتماع في مهـارات التخاطب .

**تعريف الحديث :**

هو الرموز اللغوية المنطوقة التي تجرى بلسان المتحدث والتي قد يكـون ملازما لها الايماءات والاشارات التعبيرية الصادرة عن أجزاء بجسم الانسان والتي تنقل الأفكار والمعاني والمشاعر والأراء إلى المستمعين .

**أهمية الحديث :**

يعد اللسان معجزة من معجزات خلق الله لبني البشر ، فالحيوانات والطيور لديها " لسان " أيضا ولكن معجزة الخالق هى التي أنطقت لسان الانسان ليعبر عن أفكاره ومشاعره وأرائه .

فالحديث هـو الأسلوب الأساسي في الاتصال البشرى في كافة صـوره وأشـكاله وفـى كـل مجالاتـه السياسـية والاقتصـادية والثقافـية والاجتماعية ..... الخ .

وعن طريق الحديث ( بواسطة اللسان ) يعبر الانسان عن :

× أفكاره ومعتقداته وتفكيره وعقله .

× مشاعره وأحاسيسه وعواطفه .

× أرائه وأقواله ووجهات نظره فيما يدور حوله .

وعندما يفقد الانسان القدرة على الحديث لأى سبب من الأسباب فإنه يلجأ إلى وسائل بديلة للحديث المنطوق وهى :

- **الإيماءات :**

بالرأس كتعبير عن الموافقة والرضا أو الرفض وعدم الرضا .

- **الاشارات :**

عن طريق الأصابع واليدين مثل طلب حاجة معينة .

- **التعبيرات الجسدية :**

عن طريق أجزاء من جسم الانسان مثل حركات العينين والحواجب والأذرع والقدمين .

**عناصر عملية الحديث :**

تتكون عملية الحديث من أربعة عناصر أساسية [ انظر الشكل رقم (١٧) ] وهى :

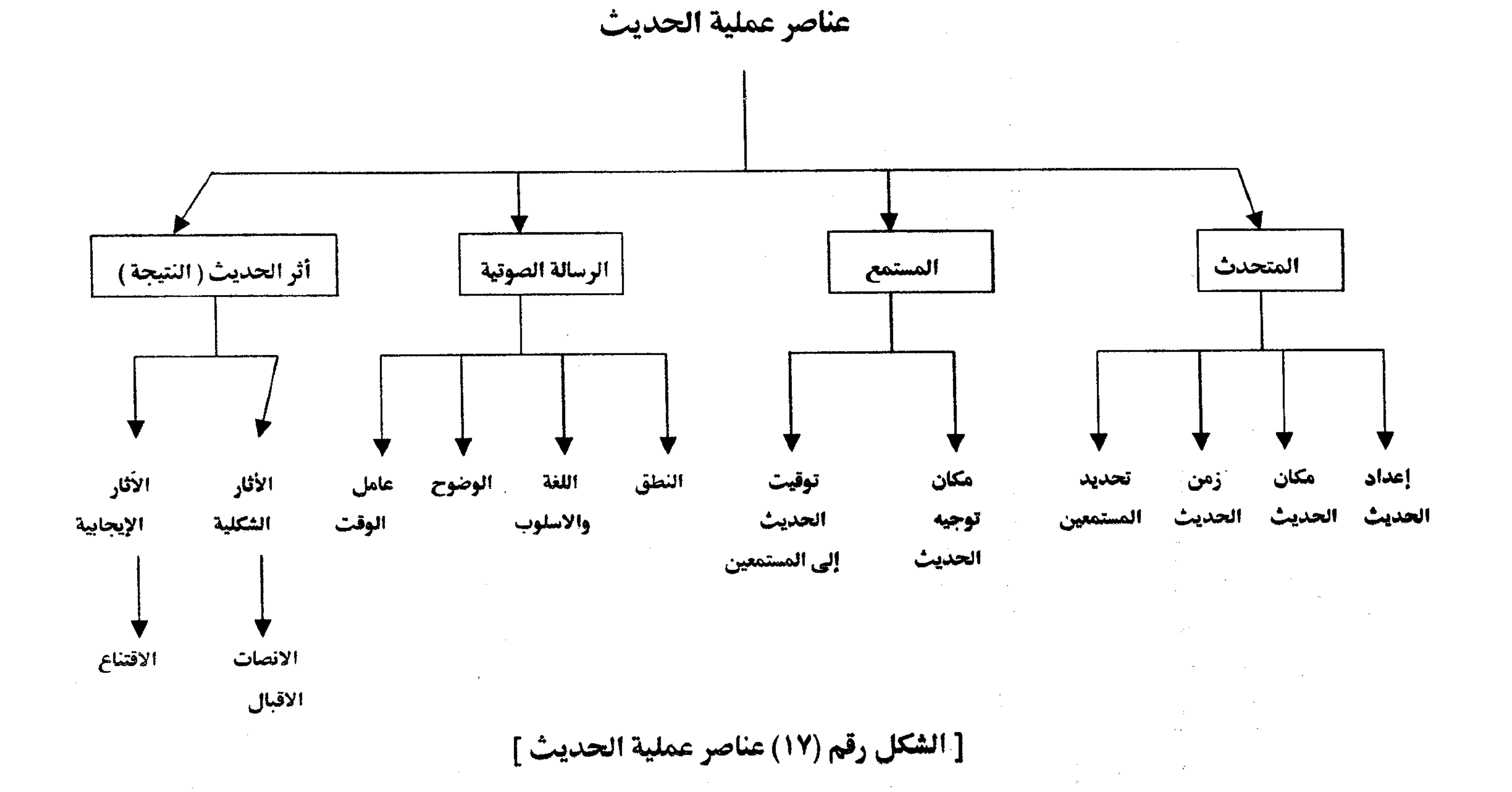
**[1] المتحدث :**

ومن جانب المتحدث ، يجب مراعاة عوامل نجاح الحديث التالية :

**أ) إعداد الحديث :**

**يجب على المتحدث أن يحدد مقدما الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها من خلال الحديث المزمع نطقه إذ :**

**" يجب على الانسان أن يتكلم بعقله قبل أن يتكلم بلسانه " ، فالبعض يطلق لسانه بغير حدود ويتحدث كثيرا دون هدف واضح ومحدد مما يفقد الانسان مصداقيته واحترامه وقوته أمام الآخرين، والبعض الثانى يتكلم بقلبه أو مشاعره واحاسيسه ، ولكن أفضل الكلام هو الكلام الذي يمرره الانسان على عقله قبل أن يقذف به بلسانه . كما يجب على المتحدث اختيار مادة الحديث ومفرداته وعنوانه والتي يجيدها المتحدث واستبعاد الموضوعات والمواد التي تخرج عن نطاق خبراته ومعلوماته ومعارفه .**




[ الشكل رقم (١٧) عناصر عملية الحديث ]

**أ) مكان الحديث :**

يجب على المتحدث أن يختار المكان الملائم لكي يتحدث إلى الآخرين طبقا للقول المأثور " لكل مقام مقال " ، فالكلام الذي يقال في البيت غير الذي يقال في النادى أو في الجامعة ...وهكذا ...

**جـ) زمن الحديث :**

من المهارات الأساسية للحديث اختيار المتحدث الوقت المناسب للتكلم دون استعجال أو تأخير فالحديث المناسب يشبه تماما قطف الثمار في الوقت المناسب ، والاستعجال بالتكلم قبل أوان الحديث مثل قطف الثمار قبل أوانها ، كذلك الحديث المتأخر ليس له فائدة ، فليس كل ما يتطرق إلى عقل الانسان وفكره قابل للافصاح عنه في أى وقت ، فمهارات الحديث لا تعرف الاحاديث العفوية أو الارتجالية أو الحديث لمجرد الحديث .

**د) تحديد المستمعين :**

يجب على المتحدث أن يحدد – أولا – قبل أن يشرع في الكلام من هم المستمعين الذين سيوجه إليهم حديثه ؟ ... وما هى أعدادهم وأنواعهم وصفاتهم ؟ فعلى ضوء تحديد نوعية المستمعين وأعدادهم وصفاتهم ومدى علاقتهم بالمتحدث ، يستطيع أن يحدد بمهارة مشتملات الرسالة الصوتية وأسلوبها ومفرداتها إذ يختلف مضمون الحديث حسب نوعية المستمعين وصفاتهم ومدى صلتهم بالمتحدث .

**[٢] المستمع :**

العنصر الثانى من عناصر " عملية الحديث " هو المستمع ذاته ، وينظر إلى المستمع من منظورين :

الأول : أين يوجد المستمع ؟

الثانى : متى يوجد المستمع ؟

وعلى ضوء الإجابة عن هذين السؤالين يصيغ المتحدث رسالته الصوتية ويرتب مفردات حديثه .

فالمتحدث يسأل نفسه أولا أين يوجد المستمعين الذين سيتوجه إليهم بالحديث ؟ ثم يسأل نفسه ثانيا متى سيتواجدون ؟ ، فمكان وجود المستمعين وزمان تواجدهم في هذا المكان من العناصر المهمة في تحقيق المهارة الاتصالية الصوتية .

**[٣] الرسالة الصوتية :**

لكي تنجح الرسالة الصوتية الموجهة من المتحدث إلى المستمعين يجب أن تتوافر لها المقومات التالية :

**أ) النطق :**

الصوت هو العامل الحاسم في مهارات الاتصال الصوتى ، وتوجد عدة مواصفات للنطق الصحيح يجب توافرها في المتحدث هى :

- **نقاء الصوت :**

يجب أن يصل الصوت واضحا إلى المستمع أو كل المستمعين وبالتالى يجب على المتحدث أن يتأكد من وصول الصوت إلى مستمعيه .

- **النطق السليم:**

يجب على المتحدث أن يكون متمكنا من لغته ومفردات اللغة من عبارات وكلمات وحروف والالتزام بقواعد النحو والصرف إذا ما كان موضوع الحديث يستلزم ذلك مثل المقابلات الرسمية أو الأحاديث الثقافية والتعليمية .

ومن مهارات النطق السليم الضغط على مخارج الألفاظ ، والوقفات المناسبة .

• سرعة الحديث :

يجب على المتحدث أن يراعى دائما ضبط سرعة الحديث وإيقاعه بحيث لا يكون متسرعا إذ أن التسرع لا يمكن المستمع من متابعة الحديث واستيعابه وفهمه كما أن البطء الشديد في نطق الكلمات والعبارات يخرج المستمع من هيمنة المتحدث ويجعل ذهنه سارحا أو لاهيا عن الالتفات إلى الحديث .

**ب) اللغة والاسلوب :**

يجب أن يكون لغة المتحدث مناسبة لادراك وثقافة المستمع كذلك أساليب التعبير ، إذ يجب على المتحدث أن يراعى المستوى الثقافى والمعرفى للمستمعين ويوجه إليهم الحديث باللغة والأسلوب الذي يتواءم مع هذا المستوى الثقافى والمعرفى .

وفى حال اختلاف لغة المتحدث عن لغة المستمع يراعى الالتزام بالقواعد التالية :

**× إذا كان الحديث بلغة المتحدث :**

يجب أن يتأكد المتحدث أن المستمع يجيد فهم واستيعاب لنة المتحدث .

**× إذا كان الحديث بلغة المستمع :**

يجب أن يتأكد المتحدث انه يجيد استخدام لغة المستمع إجادة تامة .

**× اللغة المشتركة :**

إذا كان المتحدث يتكلم اللغة العربية والمستمع يتكلم اللغة الصينية أو اليابانية ، فيمكن أن يلجأ المتحدث إلى لغة مشتركة " كاللغة الإنجليزية " بشرط أن يجيدها كلا من المتحدث والمستمع .

**× الترجمة :**

يلجأ المتحدث إلى أسلوب الترجمة إذا كان المتحدث لا يجيد لغة المستمع وإذا كان المستمع أيضا لا يجيد لغة المتحدث ، وإذا لم تكن

بينهما لغة مشتركة للتخاطب ، ففي هذه الحال لابد وأن يلجأ المتحدث إلى أسلوب الاستعانة بمترجم .

**جـ) الوضوح :**

يجب أن تكون الرسالة الصوتية واضحة تماما لدى المستقبل ( المستمع ) ، ويقصد بالوضوح :

**× وضوح الصوت ذاته :**

إذ يجب إذا كان الاتصال مباشرا أن تكون درجة الصوت عالية بالقدر الذي تصل به – دون إزعاج – إلى المستمعين ، وإذا كان الاتصال عبر وسيلة اتصالية ( كميكروفون مثلا ) يجب أن يكون الصوت واضحا بدرجة كافية دون زيادة تسبب ضوضاءً أو تلوثاً سمعيا ، ودون نقصا يبعث على إنصراف المستمعين عن كلام المتحدث .

**× وضوح المعنى :**

يجب – عادة – أن تكون معانى الكلمات والعبارات واضحة تماما في ذهن المستمع وعقله ولا تحتمل أكثر من معنى إلا في الموضوعات السياسية وخاصة المفاوضات السياسية ، إذ قد يكون من المفيد التحدث بعبارات أو كلمات تحتمل أكثر من معنى لتحقيق مقاصد تفاوضية أو أهداف سياسية معينة .

**د) عامل الوقت :**

يجب الالتفات إلى " الوقت الملائم " للحديث ، ويمكن النظر إلى عامل الوقت من خلال عدة اعتبارات هي :

- **عامل الوقت من جانب المتحدث :**

يجب أن ينتقى المتحدث الوقت المناسب له لتوجيه رسالته إلى المستمعين بحيث يكون مستعدا نفسيا وعقليا وجسمانيا .

- **عامل الوقت من جانب المستمع :**

يجب أيضا أن يراعى المتحدث ملاءمة الوقت بالنسبة للمستمع ، فالتحدث إلى المستمع المرهق جسديا أو المتوتر نفسيا أو المضطرب عقليا لا يحقق النتائج المرجوة .

- **ارتباط عامل الوقت بعامل المكان :**

من مهارات الاتصال التخاطبى أيضا الملاءمة بين عاملى الزمان والمكان ليكون الحديث مؤتيا ثماره في الوقت المناسب والمكان المناسب .

**[٤] أثر الحديث "النتيجة" :**

يمكن التفرقة بين نوعين من أثر الحديث ونتيجته :

**أ- الآثار الشكلية للحديث :**

وتتمثل في المظاهر الخارجية للمستمعين مثل :

الهدوء – الانصات – الاصغاء الجيد – عدم مغادرة مكان الحديث .

**ب- الآثار الموضوعية للحديث :**

وهى إقتناع المستمعين بالحديث وتأييده وهو الهدف النهائى الذي يسعى إليه – بطبيعة الحال – المتحدث في كل الأحوال سواء كان الحديث سياسيا أو ثقافيا أو تعليميا ... الخ .

**معوقات الحديث :**

هى ذاتها معوقات الاستماع السالف ذكرها ، ومن أهمها :

- إنعدام الإطار الدلالى بين المتحدث والمستمع .
- التشويش .
- عدم الأهمية ( انصراف المستمعين عن الحديث انصرافا ماديا أو ذهنيا أو نفسيا ) أو عدم اهتمام المستمعين بموضوع الحديث ، أو وجود خلل فى أحد مفردات عناصر عملية الحديث السالف الإشارة إليها .

**أنواع الحديث :**

هى ذاتها – من الوجهة المقابلة – أنواع الاستماع السالف ذكرها فى معرض الحديث عن مهارات الاستماع ، ومن أهم أنواع الحديث :

× **من حيث المعيار الكمى :**

[ الحديث الثنائى – الحديث الجمعى – الحديث الجماهيرى ]

× **من حيث المعيار الشخصى :**

[ حديث شخصى (مواجهى) – حديث غير مباشر(غير مواجهى) ]

× **من حيث الهدف :**

[ حديث عابر (مجرد دردشة كلامية) – حديث مقصود (هادف) ]

× **من حيث المعيار الموضوعى :**

[ سياسى – ثقافى – دينى – تعليمى ..... الخ ]

× **من حيث الوسيلة المستخدمة :**

[ حديث شخصى مسجل (رسالة صوتية – حديث إذاعى – حديث تليفزيونى – حديث مقروء "عبر الانترنت") ]

## مهارات الحديث

يمكن إيجاز أهم مهارات الحديث الفعال والناجح فيما يلى :

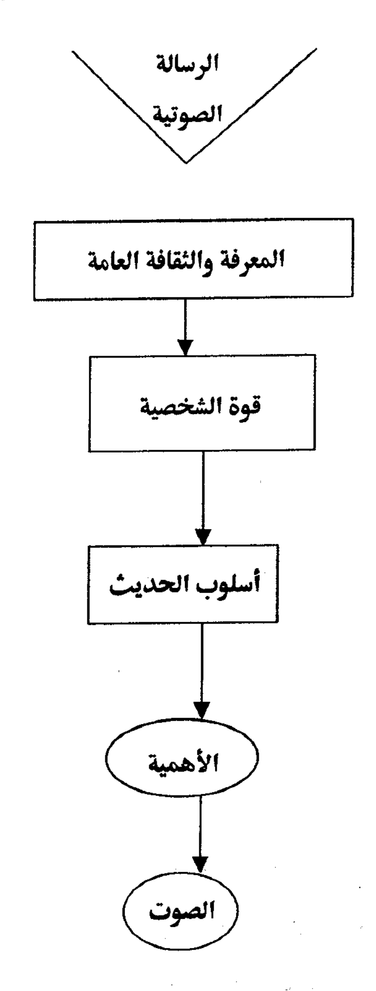
( أنظر الشكل رقم ١٨ )

**أولا : المعرفة والثقافة العامة :**

يجب أن تتوفر للمتحدث مرجعية ثقافية واسعة وخلفية معرفية كبيرة ، فالثقافة والمعرفة هى الرصيد الثقافى والعلمى الذى يأخذ منه المتحدث أفكاره وأراءه ومعتقداته ومادة الحديث الذى يصيغه بأشكال وطرق مختلفة وفق ظروف ومناسبات الحديث وتبعا لنوعية المستمعين ، وهذه المهارة ( مهارة المعرفة

والثقافة) يجب ان تتوفر بدرجة كبيرة فى الأحاديث السياسية والدينية والثقافية والتعليمية والتربوية ، وبدرجة أقل فى الاحاديث الاجتماعية بوجه عام والأحاديث الخاصة .

[ الشكل رقم (١٨) مهارات الحديث ]



**ثانيا : قوة الشخصية :**

لكى يكون الحديث قويا ومؤثرا لدى المستمعين ، ولكى يحقق الحديث أهداف المتحدث يجب أن تتوفر صفة " قوة الشخصية " لدى المتحدث ومن أهم عناصر قوة الشخصية :

- **القدرة على الاقناع :**

وهى من السمات الشخصية ، والصفات المكتسبة التى تعين المتحدث على إتمام رسالته الخطابية على الوجه الأكمل .

- **المظهر اللائق :**

إن المظهر العام للمتحدث يمثل عنصراً مهما من عناصر قوة الشخصية التى تعين على قبول المستمعين للمتحدث ( الملابس – المظهر العام – الذوق العام) .

- **الالتزام بقواعد المراسم ( البروتوكول ) وفنون الاتيكيت :**

وذلك فى جميع التصرفات ( فى الملبس والمأكل والجلوس وكافة التصرفات الاجتماعية ) .

- **الدقة :**

عندما يتأكد المستمعون من دقة المعلومات وصحتها التى يتكلم بها المتحدث يكون ذلك من دواعى تحقيق الهدف النهائى من الاتصال الخطابى .

- **الاتزان :**

وعدم الانفعال أو انفلات الأعصاب مهما واجه المتحدث من مشكلات ، والقدرة على امتصاص سلوك المستمعين واحتواء ما قد يبدر من البعض منهم من سلوكيات من شأنها التشويش على الاتصال الخطابى .

- **القدرة على التعبير الحركى :**

مثل السير أثناء الحديث أو استعمال – أو عدم استكمال – تعبيرات الوجه وإيماءات الرأس واشارات اليدين فقد تكون مطلوبة فى بعض أنواع التخاطب مثل التخاطب التعليمى وقد تكون غير مطلوبة على الاطلاق فى موضوعات أخرى مثل التخاطب الدبلوماسى .

- **سرعة البديهة :**

يجب أن يتحلى المتحدث بسرعة البديهة والتصرف السليم إزاء المواقف المحرجة أو السلوكيات غير المتوقعة أو الأسئلة التى تخرج عن موضوع الحديث أو الحوادث العارضة ، فهذه العناصر هى التى تفرق تماما بين المتحدث الذى يتمتع بقوة الشخصية أو المتحدث ضعيف الشخصية .

**ثالثا : أسلوب الحديث :**

يعتمد أسلوب الحديث الناجح على عدة مقومات من أهمها :

**١- ترتيب الأفكار :**

يجب على المتحدث قبل أن يشرع فى الحديث أن يقوم بعملية ترتيب وتنظيم الأفكار ووضعها فى تسلسل متناغم بحيث تتصل الفكرة الأولى بالثانية وتمهد الفكرة الثانية للثالثة وهكذا .....

**٢- مدخل الحديث وخاتمته :**

يجب على المتحدث أن ينتقى المدخل المناسب للحديث والملائم لصفات المستمعين وطباعهم ، ومداخل الأحاديث هى :

* المدخل العقلى
* المدخل العاطفى
* المدخل النفسى
* المدخل الدينى
* المدخل التربوى
* المدخل الآمر

* المدخل المختلط

٣-التشويق :

لا يجب أن يكون الحديث - بكامله - جامدا وجادا بل يجب أن يتخلل الحديث بعض المواد المشوقة للمستمعين لجذب انتباههم للمتحدث ومن بين مواد التشويق التي تستخدم في الاتصال الخطابي :

- أبيات الشعر
- الحكم والامثال
- النوادر
- الفكاهة المحسوبة
- المقدمات المشوقة

٤- استخدام وسائل إيضاح :

مثل الأفلام والبروجكتور ، خاصة في الاتصال التعلمي . .

٥- الموضوعية والصدق والامانة العلمية والثقافية .

رابعا : الأهمية :

يجب أن يشغل موضوع الحديث أهمية خاصة لدى المستمعين وأهمية الحديث تكون ناتجة عن اهتمامات المستمعين وفقا لمجالات وموضوعات الاتصال التخاطبي " سياسية - اقتصادية - دينية ..... الخ " .

وبناء على ذلك يجب على المتحدث أن يراعي الضوابط التالية ( بالنسبة لأهمية الحديث ) :

١- أن يختار من الموضوعات ما يمثل اهمية لدى المستمعين .
٢- أن يدلل في حديثه بكافة أساليب الحديث السالف ذكرها عن مدلول هذه الأهمية .
٣- أن يركز في حديثه على النقاط الجوهرية التي تمثل أهمية لدى المستمعين .

**خامسا : الصوت :**

يجب على مداومي التحدث والذين يشغلون مهاما تستوجب مداومة الحديث ( مثل المذيع – المحاضر – مقدم البرامج ) أن يداوموا على الاعتناء بالصوت باعتباره أحد مهارات الاتصالى الخطابى المهمة ومن مظاهر الاعتناء بالصوت :

- **التمرين الصوتي :**

يجب على هذه النوعية من المتحدثين المداومة على أداء التمارين الصوتية من وقت لآخر ، وتشمل هذه التدريبات :

- درجة الصوت ( العلو – الانخفاض ) .
- سرعة الصوت المناسبة .
- التدريب على فنون الالقاء .
- دراسة فنون الخطابة .
- قواعد النحو والصرف .

- **ضبط الانفعالات الحسية الصوتية :**

ذلك أن درجة الحماس والانفعال المحسوب قد تكون مطلوبة فى بعض الأحيان مثل اللقاءات والخطب السياسية . وبالتالى يجب أن يتعود المتحدث على عملية " التحكم فى الصوت " .

- **تجنب " اللازمة " الكلامية :**

واللازمة الكلامية هى كلمة أو عبارة يعتاد البعض على ترديدها دائما بمناسبة وبدون مناسبة وهى تعد من عيوب الحديث الجوهرية ، وبالتالى فإن التخلص من " اللازمات الكلامية " يعد أحد المهارات المهمة فى الاتصال التخاطبى .

## ثانيا : مهارات المعرفة

لم تكن مصادفة أن تكون الآية الأولى التى أنزلها الله سبحانه وتعالى على سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم بواسطة سيدنا جبريل فى غار حراء هى :

اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ﴿١﴾ خَلَقَ الْإِنسَانَ مِنْ عَلَقٍ ﴿٢﴾ اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ ﴿٣﴾ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ﴿٤﴾ عَلَّمَ الْإِنسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ﴿٥﴾

سورة العلق ، الآيات(١:٥)

والخطاب الدينى الآمر فى هذه الآيات الكريمة ليس موجها إلى محمد بن عبد الله (ص) خاصة ولكنه تكليف إلهى إلى البشر جميعا وهو أول تكليف يهبط به الوحى السماوى من الله العليم البصير إلى البشر جميعا وهو الأمر بالقراءة والكتابة، فالامر بالقراءة والكتابة كان أسبق من الأمر بالعبادات ، مما يدل دلالة لا ظن معها أن الله سبحانه وتعالى يحث بنى آدم على التزود بالقراءة والكتابة فهى المقدمة الطبيعية للتقدم والازدهار والرقى سواء على المستوى البشرى العام أو على المستوى الفردى الخاص ، ومما يؤكد هذا المعنى أن الرسول الكريم (ص) كان أميا لا يعرف القراءة والكتابة فكان رده على سيدنا جبريل : " ما أنا بقارئ " !...

وفى تفسير الإمام بن كثير لهذه الآيات :[٣٩]

[ .... فأول شيء نزل من القرآن هذه الآيات الكريمات المباركات وهن أول رحمة رحم الله بها العباد وأول نعمة أنعم الله بها عليهم ، وفيها التنبيه على ابتداء خلق الانسان من علقة وأن من كرمه تعالى أن علّم الانسان ما لم يعلم فشرفه وكرمه بالعلم وهو القدر الذى امتاز به أبو البرية آدم على الملائكة ، والعلم تارة يكون فى الأذهان ، وتارة يكون فى اللسان وتارة يكون فى الكتابة بالبنان : ذهنى ولفظى ورسمى ، والرسمى يستلزمهما من غير عكس فلهذا قال ( اقرأ وربك الأكرم الذى علم بالقلم . علم الانسان ما

(٣٩) الحافظ عماد الدين أبو الفداء اسماعيل بن كثير القرشى الدمشقى ، تفسير القرآن العظيم – الجزء الرابع - ، القاهرة : مكتبة دار التراث ، غير معلوم سنة النشر .

لم يعلم ) وفي الأثر قيدوا العلم بالكتابة وفيه أيضا من عمل بما علم ورثه الله علم ما لم يكن يعلم ] .

## أ- مهارة القراءة :

**تعريف القراءة :**

**هى عملية ذهنية ناتجة عن الادراك البصرى للرموز المكتوبة وفهم معانيها والتفاعل العقلى والوجدانى مع محصلة القراءة .**

**صفات القارىء الجيد :**

١- المواظبة والمداومة على القراءة بحيث تصبح القراءة إحدى هواياته الأساسية .

٢- التفاعل الذهنى والوجدانى مع محصلة القراءة .

٣- إنتقاء الكتب والمراجع والمصادر الجيدة للقراءة .

٤- الاستفادة العملية من الخبرات المكتسبة من القراءة .

**مهارات القراءة :**

إن مجرد القراءة للقراءة لا تعتمد على مهارات أو خبرات ولكن القراءة الجيدة التى تزيد من الثروات الثقافية والعلمية للانسان تتطلب توفر مجموعة من المهارات من أهمها :

(١) القدرة على انتقاء المواد والموضوعات التى تكسب الانسان مهارات وخبرات جديدة .

(٢) القدرة على فهم واستيعاب المعانى المستخلصة من القراءة .

(٣) تنظيم أوقات الاطلاع والقراءة .

(٤) تنمية المقدرة على النقد .

(٥) سرعة القراءة والتحصيل الثقافى .

**أنواع القراءة :**

يمكن تصنيف أنواع القراءات وفقا للمعايير التالية :

**أ) معيار السرعة :**

- القراءة السريعة أو الخاطفة :

نظرا لضيق الوقت قد يضطر الانسان إلى ممارسة القراءة السريعة أو الخاطفة بشرط عدم الاخلال بعنصر الاستيعاب والادراك .

- القراءة المتأنية :

وهى ضرورية فى مجالات الدراسة والتعليم والمجالات الفنية .

**ب) معيار الهواية :**

- قراءة الهواية :

وهى تحقق الاستماع الثقافى والوجدانى .

- القراءة المتخصصة :

وهى التى ترتبط بالمهنة أو التعليم .

**جـ) معيار الهدف من القراءة :**

- القراءة النقدية :

وهى القراءة المرتبطة بالبحوث والدراسات أو المتصلة بالأنشطة التعليمية والابتكارية .

- القراءة التحصيلية :

وهى المرتبطة بمجالات التعليم والدراسة .

**محاذير القراءة :**

ثمة محاذير وضوابط يجب أن تراعى أثناء عملية القراءة وهذه المحاذير هى :

× **المحاذير الطبية :**

وتشمل :

- المحافظة على سلامة العين عن طريق :

• أن تكون المادة المطبوعة فى مواجهة الوجه على خط مستقيم مع مستوى النظر .

• إرتداء النظارة فى الحالات التى تتطلب الاستعانة بوسيلة بصرية مساعدة .

• أن يكون الضوء قادما من خلف القارىء وموجها مباشرة إلى المادة المطبوعة .

- المحافظة على سلامة الجسم عن طريق :

• أن يمارس الانسان القراءة وهو جالس مع عدم ثنى الظهر للأمام أو للجنب .

• عدم ممارسة القراءة عند شعور الانسان بالتعب أو الارهاق .

• عدم ممارسة القراءة أثناء ركوب إحدى وسائل المواصلات خاصة القطارات والسيارات .

× **المحاذير السياسية :**

وتشمل :

• التنبيه إلى المواد المطبوعة التى تهدف إلى زعزعة العقائد والمذاهب والقيم الخلقية والدينية .

• التنبه إلى المواد المطبوعة التى تستخدم كأسلوب من أساليب الحرب النفسية مثل أسلوب ( غسيل المخ ) وأسلوب داقة الأسافين .

× **المحاذير الاخلاقية :**

وتشمل :

• نبذ المطبوعات غير الأخلاقية لأثارها الضارة على الانسان خاصة صغار السن من ناحية ولتقديمها معلومات مغلوطة من ناحية أخرى .

• الابتعاد عن المطبوعات التى تنتهك القيم الأخلاقية والدينية فى المجتمع .

× **المحاذير الثقافية :**

وتشمل :

• الرجوع دائما إلى أمهات الكتب والمطبوعات الثرية بوجه عام والابتعاد عن المطبوعات الثانوية والهامشية .

• التنبه إلى أساليب الغزو الثقافى الخارجى .

## ب - مهارات الكتابة

**تطور الكتابة :**

مرت الكتابة البشرية بعدة مراحل خلال تطورها حتى عصرها الحالى ، وفيما يلى عرض موجز عن هذا التطور الكتابى .....

**أولا : مرحلة الرموز والإشارات :**

فى هذه المرحلة كانت اللغة المنطوقة بين البشر متعددة فى كلماتها ومعانيها ومدلولاتها بشكل كبير ، مما أدى إلى صعوبة التفاهم وتعذر الحوار بين الناس ، ولم يكن الاتصال المنطوق يتم عبر " اللغة " بالمعنى المتعارف عليه الآن ، ولكنه كان يتم عبر " اللهجات ". وهذه اللهجات كانت متباينة إلى شكل كبير ؛ فقد كان لكل قبيلة أو عشيرة اللهجة الخاصة بها وليس اللغة ، ومن ثم كان التفاهم صعبا بل مستحيلا بين البشر عن طريق " الاتصال المنطوق " ، فطفق الإنسان يبحث عن بديل للاتصال المنطوق وغير المفهوم يستطيع من خلاله أن يتعارف ويتحاور ويتناقش ويتبادل المنافع مع الآخرين . وكان هذا البديل المتاح

والمطروح فى ذلك العصر هو الرموز والإشارات المتعارف عليها حيث لا يختلف مدلولها ومعانيها بين العشائر أو القبائل مثلما تختلف اللهجات بينهم .

**مزايا الرموز والإشارات :**

وبالتالى يمكن تصور مزايا الرموز والإشارات الاتصالية فى العصور البدائية فيما يلى :

١) أنها كانت أسهل فى التعبير وأوضح فى التفاهم وأيسر فى الحوار من اللهجات التى كانت سائدة فى هذا العصر البدائى .

٢) كانت تقوم مقام الترجمة ؛ لوحدة معانيها ومدلولاتها بين غالبية الناس.

٣) كانت تقرب المسافات بين الناس ؛ إذ كان التخاطب بواسطتها ممكنا بين شخص يسكن قمة الجبل وآخر يقطن عند سفح الجبل دون انتقال أحدهما للآخر أو للحوار بين شخصين عبر النهر أو الهضبة .

**ثانيا : مرحلة النقوش والكتابة :**

كانت مرحلة النقوش هى الأب الشرعى لمرحلة الكتابة ، فلولا النقوش ما كان للإنسان أن يعرف الكتابة ، فقد كانت النقوش بأنواعها المختلفة وأشكالها المتنوعة وأنماطها المتباينة هى المقدمة الطبيعية لظهور الكتابة فيما بعد . ويمكن القول : إن الكتابة مرت بعدة مراحل متطورة " خلال رحلة وسائل وأساليب الاتصال الإنسانية " منذ القدم وهى :

- مرحلة النقش على الحجر أو الطين " الصلصال " ، وأول من استخدم أسلوب النقش على الحجر " الفراعنة " .
- مرحلة النسخ باليد على ورق البردى أو الجلود ، وأول من استخدم هذه الوسيلة – أيضا – " الفراعنة " فى مصر .

- مرحلة الكتابة اليدوية على الألواح الخشبية ، واستخدمتها شعوب شرق آسيا ( الصين – اليابان ) .

ويصف ( ملفين ديفلير ) مرحلة النقوش كوسيلة اتصال أو إعلام في العصور القديمة بقوله :[٤٠]

( في حوالي عام ٤٠٠٠ قبل الميلاد ، بدأت تظهر النقوش التي يبدو أنها كانت مرتبطة بالمعاني ، وقد حدث ذلك في مملكة ما بين النهرين ومصر ، وبوجه عام ، فإن هذه النقوش كانت عبارة عن صور بدائية مرسومة أو محفورة على جدران المباني أو الأسطح المشابهة . وخلال فترة قصيرة –نسبيا – من الزمن ، أصبح ( تقنين المعاني ) ، أو وضعها في صيغ اصطلاحية متفقاً عليها ، حقيقة واقعة ، فالرسم البسيط لشروق الشمس يعني اليوم ، ورسم القوس والسهم يعني الصيد ، ورسم الإنسان يعني رجلاً ، والخط المتعرج يعني البحيرة أو النهر .

كل هذه الرسومات والنقوش كانت نموذجا للرموز المصورة التي تطورت منها الكتابة . وهكذا ، فإن الربط بين عدة رسومات يمكن أن يحكي قصة مثل: " خرج رجل للصيد قرب النهر " ، والنقطة الأساسية هي أن القواعد قد اخترعت وقننت ( أي أصبحت اصطلاحية ) حتى تثير هذه الرسومات والنقوش معاني محددة .

وقد سمحت هذه المعاني بتخزين المعلومات وأصبح تصوير الأفكار من الممكن أن يقوم به شخص ويتلقاه شخص آخر ، حتى المسافة والزمن أصبح من الممكن التغلب عليهما . ومع الكتابة التصويرية القياسية أو الاصطلاحية ، أصبح من الممكن فك رموز الرسائل التي يبعث بها أناس على مسافات بعيدة ، ولم يكن من العجيب أن ينظر إلى الكتابة بقدر ملحوظ من الرهبة والإجلال .

وقد ابتكر المصريون القدماء نظام النقوش البارزة الدقيقة أو الرموز الشخصية. وفي البداية ، كانت هذه الرموز حفراً على الحجر ، ولكنها – بمرور

[٤٠] ملفين –ل – ديفلير ، نظريات وسائل الاتصال ، ترجمة : كمال عبد الرءوف ، القاهرة الدار الدولية للنشر والتوزيع ، ١٩٩٢

الوقت – أصبحت ترسم وتلون . ولقد ارتبطت النقوش المصرية البارزة بقواعد لإثارة المعانى القياسية المعقدة ، وكان نظام الكتابة التصويرية لدى المصريين القدماء يشبه اللغة الصينية المعاصرة ؛ فكل رمز كان يمثل فكرة معينة أو شيئا أو مفهوما محدداً ، ولكى يتم الاتصال بطريقة معقدة ، كان يتعين على الشخص الذى يقوم بالكتابة والشخص الذى يقرأ الرسالة التمكن من عدد هائل من هذه النماذج والرموز . ولذلك كانت معرفة القراءة والكتابة ، فى البداية ، مقصورة على المتخصصين ، وكان كتاب المخطوطات القدماء يدرسون لسنوات عديدة لمعرفة آلاف الرموز التى يحتاجونها لتدوين الرسائل باللغة الهيروغليفية أو لفك رموزها للأثرياء وذوى النفوذ .

وفى مرحلة ثالثة ، طور السومريون ، ( وهم شعب كان يعيش شمالى الخليج العربى ) نمطاً آخر من الكتابة ، وانطلقوا من استخدام الصور الصغيرة المرسومة على لوحة طرية من الطمى للتعبير عن الأفكار ، ولأنه كان من الصعب رسم الصور بتفاصيلها الواقعية ، فقد تزايد اتجاه السومريين نحو استخدام أسلوب موحد للتعبير بالصور ، وقبل أن يمر وقت طويل ، لجأوا إلى استخدام طرف عصا تم بريها لتصبح ذات سن مدببة فى عمل علامات على الطمى من خلال تسخين ألواح الطمى المكتوب عليها وتحولها إلى ما يشبه الفخار . ولم يكن ممكناً إنتاج صور يمكن التعرف عليها بسهولة بهذه الطريقة ، لكن هذه الطريقة كانت ، رغم ذلك ، طريقة سريعة وبسيطة لعمل رسوم مميزة يمكن أن تحمل معانى معينة ، ولم تكن صور الأشياء ضرورية بالفعل ، وقد أُطلق على هذه الطريقة اسم الكتابة المسمارية " Cuneiform " وهو الاسم الذى تعرف به الآن . ولقد وصلت إلينا أمثلة ونماذج عديدة لهذه الكتابة.

وأهم ما جعل النظام السومرى فى الكتابة مختلفاً عن غيره هو أنه في حوالى عام ١٧٠٠ قبل الميلاد توصل السومريون إلى فكرة أن يعبر كل رمز قياسى صغير عن صوت محدد بدلاً من أن يعبر عن فكرة أو شىء، وكانت قيمة هذا الابتكار هائلة ، فبدلاً من آلاف الرموز المنفصلة ( رمز لكل شىء أو فكرة ) أصبح

المطلوب عدداً أقل من الرموز للتعبير عن أصوات المقاطع التى تتكون منها الكلمات . ( إن كتابتنا الألفبائية التى يحتفظ فيها كل حرف ساكن أو متحرك بشخصيته تعد أبسط بكثير مما توصل إليه السومريون ) . ورغم ذلك ، فإن استخدام الرموز والصور للتعبير عن مقاطع صوتية للكلمة ، كان هو الخطوة الأولى فى تطوير الكتابة الصوتية ، وكان إنجازاً هائلاً فى مجال الاتصال الإنسانى ، وقد ساعد هذا التطور ، بوجه خاص ، على تيسير وتسهيل معرفة القراءة والكتابة ، حتى أصبح على المرء أن يتذكر فقط مائة رمز أو نحو ذلك لمعرفة مختلف المقاطع الصوتية فى اللغة ) .

ومنذ حوالى سبعة آلاف سنة ظهرت " الكتابة بالقلم " فى مصر ، وكان أول من استخدم القلم والأوراق فى الكتابة هو " إدريس " - عليه السلام - فى عصر الدولة الفرعونية .

ومنذ هذا الوقت ، ظهرت إلى الوجود أول لغة متكاملة فى العالم وهى " اللغة الهيروغليفية " ؛ أى اللغة التى تنطق وتكتب معاً ؛ فجميع اللغات التى سبقت اللغة الهيروغليفية المصرية كانت تنطق فقط ، أما الهيروغليفية فكانت أول لغة تكتب على ظهر المعمورة ، ونظرا لأنها اللغة التى استخدمها سيدنا " إدريس " فى الكتابة فقد أطلق عليها الكهنة - فيما بعد - وصف " الخط الربانى " أو " الكلمات الإلهية " ؛ إذ تحولت ديانة سيدنا " إدريس " بعد ذلك بعدة أجيال إلى معتقدات وطقوس مختلفة على أيدى الكهنة الذين حرفوا هذه الديانة ونسبوا أصل هذه اللغة إلى معبودهم الإله " تحوت " الذى صوروه على شكل طائر أبو قردان ثم عبدوه كإله للعلم والكتابة ، على اعتبار أنه هو الذى اخترع الكتابة .

ويرى د. محمد حماد :[41]

[ أن الكتابة الهيروغليفية المصرية التى اعتبرها أجدادنا الفراعنة الأولون من وضع الآلهة العظام ونظروا لها بنظرة التقديس ككتابة ربانية ، قد عبَّروا عنها بالرسوم المختلفة التى تشمل الحروف الأبجدية التى عبرت عن حرف أو أكثر ، وكذلك الرسوم المكملة للفظ أو المعنى لتحديد المقصود من الكلمة . وهذه الحروف التى عبرت عنها الأشكال المرسومة كانت بشكل الحيوان أو الإنسان أو الأدوات التى يعرفها الناس مما حولهم فى البيئة المحيطة بهم " . وقد بلغ عدد هذه الأشكال أكثر من سبعمائة شكل" ... وفى بداية التاريخ المصرى القديم كان إذا رسم شكل أى شئ فإنه يعنى الشكل المرسوم ، فإذا رسم شكل حصيرة مثلا فهو يعنى الحصيرة التى تمثل الشيء الذى رسمه . وفى أواخر عصر ما قبل الأسرات وبداية الأسرة الأولى عندما وحد الملك " مينا " أول ملوك الأسرة الأولى القطرين حوالى عام ٣٢٠٠ ق. م ، أخذت بعض هذه الرسوم تحل محل الحروف الهجائية ؛ إذ أن الحرف الأول المنطوق من الكلمة هو الذى عبر عن الحرف الهجائى المقصود ... وهكذا عرف المصرى القديم رسم أشكال الحروف الهيروغليفية المصرية منذ بداية تاريخه الذى سجله بكتاباته ] .

وعن أثر اللغة الهيروغليفية فى اللغة العربية يضيف المؤلف :

[ إن كثيرا من الألفاظ والتراكيب اللغوية نقلت من اللغة الهيروغليفية المصرية إلى اللغة العربية الفصحى منذ عهد سيدنا إسماعيل ابن إبراهيم- عليهما السلام – عن طريق أمه " السيدة / هاجر " التى كانت من بيت أمير فرعونى . ومن تلك الكلمات – مثلا – كلمة " نذر"، وهى – بالمصرية القديمة – كلمة مركبة من مقطعين ( إن + نثر ) ومعناها ( إلى الله ) ؛ فالنذر يكون عادة لله – سبحانه وتعالى].

وجدير بالذكر أن مفهوم " الهيروغليفية – Hieroglphs " هى كلمة مركبة من شقين :

[41] محمد حماد ، تعلم الهيروغليفية : لغة مصر القديمة وأصل الخطوط العالمية ، القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٩١

- هيرو Hiero : أى مقدّس .
- غليف Glph : أى حفر .

ومعنى الكلمة يصبح : " الحفر المقدس " أو " الكتابة المقدسة " .

**الكتابة الفرعونية على الورق :**

تبين مما تقدم أن الفراعنة هم أول من اخترعوا الكتابة وحوّلوا اللغة المنطوقة التى كانت سائدة فى العالم إلى لغة مكتوبة لأول مرة على ظهر الأرض .

وكانوا أيضا هم أول من استخدم الورق فى الكتابة ، وبالتالى أحدثوا طفرة كبيرة فى الكتابة ، فقد كانت مشكلة النقوش أنها تحفر على جدران المعابد وألواح الطين والفخار ، وبخاصة الكتابة المسمارية التى ظهرت فى منطقة شمال نهرى دجلة والفرات . وبالتالى كانت مسألة حمل ونقل الرسالة المكتوبة تمثل مشكلة كبيرة يصعب حلها ؛ إذ يستحيل نقلها من مكان إلى مكان ، فكان الإنسان هو الذى يسعى إلى أماكن النقوش لقراءتها ومعرفتها ، وبعد اختراع المصريين لورق البردى حدثت طفرة كبيرة فى استخدامات الكتابة ؛ إذ تحولت إلى شىء يسهل تداوله ونقله من مكان إلى آخر ، فأصبحت الوسائل المكتوبة تسعى إلى الإنسان فى أى مكان ولم يعد الإنسان يسعى إليها كما كان الحال قبل اكتشاف الفراعنة لورق البردى .

وعن ورق البردى يقول " كمال عبد الرءوف " نقلا عن " ملفين . ل . ديفلير ":(٤٢)

[ فى حوالى عام ٢٥٠٠ قبل ميلاد المسيح ، اكتشف المصريون القدماء طريقة لصناعة نوع من الورق من نبات البردى . وقد كان ورق البردى بالمقارنة

(٤٢) ملفين . ل . ديفلير ، المرجع السابق

وبين قبائل " المايا " ظهرت تحولات مماثلة بالنسبة للوسيط الذى يحمل الرسائل المكتوبة ؛ فقد اكتشفوا أن الشرائط الطويلة من لحاء الشجر الملون يمكن الحصول عليها من بعض النباتات . وقد حصلوا بالفعل على شرائط طويلة ونظيفة من اللحاء الداخلي للأشجار تراوح عرضها بين ست وثماني بوصات ( ١٥ إلى ٢٠ سنتيمتراً ) ، وبلغ طولها عشرين قدماً ( حوالى ٦ أمتار ) . وكان شريط اللحاء ينقع فى الماء ويدق عليه ليصبح منتظم السُمك وتزداد مرونته وليونته ، وبعد ذلك يتم طى اللحاء فى صورة كتاب ذى صفحات مثنية بعناية . وكانت توضع قطعة من الخشب فى نهاية كل صفحة حتى يمكن إغلاقه مثل آلة الأكورديون الموسيقية . وكانت الكتابة ترسم على الوجهين وغالباً ما كانت تزين بأشكال جميلة . ولقد أُصيب الفاتحون والغزاة الأسبان " لبيرو " - فى القرن السادس عشر - بالدهشة عندما وجدوا شعوب العالم الجديد تعيش فى مساكن حجرية جيدة البناء وكل مسكن منها يحتوى على كتب ومكتبات .

ولسوء الحظ ، فقد أحرق العسكريون الأسبان الآلاف من هذه الكتب خلال الغزو بهدف الحد من نفوذ الكهنة والزعماء على مواطنيهم، لذلك لم تبق سوى نماذج قليلة من هذه الكتب .

مع الحجر، خفيفاً للغاية ، بل وكان من الأسهل الكتابة عليه بالفرشاة والحبر بدلا من النقش على الحجر . وقد وُجد نبات البردى أصلاً فى دلتا النيل فقط ، وكان يتم قطع سيقان نبات البردى الخضراء الطازجة وتقشر ثم تقطع إلى شرائح وشرائط رفيعة ثم توضع متقاطعة واحدة فوق الأخرى ويدق عليها حتى تصبح شريحة واحدة يتم بعد ذلك الضغط عليها وتجفيفها . وكان من الممكن عمل لفات طويلة من ورق البردى بربط كل شريحة بالأخرى . وكان كاتب المخطوطات المصرى القديم يستخدم نوعين من الحبر ( أسود وأحمر ) ، وفرشاة مصنوعة من نوع آخر من النبات ، وبدأ تبسيط الرسوم والرموز ؛ لأن كتبة المخطوطات كانوا يريدون أشكالاً أسهل وأيسر للكتابة السريعة .

ولقد كانت أهم نقطة فى هذا التحول من الأحجار الثقيلة إلى وسائل الإعلام الخفيفة والتى يمكن حملها بسهولة ، أنها فتحت الباب أمام حدوث تغيير كبير في النظام الاجتماعى وثقافة المجتمع وحضارته . وقد توفرت الظروف الضرورية للتغييرات الاجتماعية والثقافية الكبرى من خلال التوصل إلى تكنولوجيا اتصال تقوم على استخدام وسيط خفيف يمكن نقله بسهولة بالإضافة إلى رموز للكتابة يمكن لكُتاب المخطوطات كتابتها وقراءتها بسهولة . ولقد تأثر هيكل المؤسسات الاجتماعية بأسره بهذا التطور . وفى مصر القديمة عام ٢٠٠٠ قبل الميلاد ، على سبيل المثال ، كان البردى يستخدم على نطاق واسع لنقل الأوامر المكتوبة وتسجيل المعلومات فى مختلف المجالات ، لذلك استخدمت الإدارة المركزية جيشاً من الكتبة . وأصبحت معرفة القراءة والكتابة ميزة كبرى تفتح الأبواب أمام من يمتلكها للرفاهية والرقى الاجتماعى ، وأصبح الكَتبة يحتلون طبقة اجتماعية متميزة تسيطر عليها النخبة فى المجتمع المصرى القديم ، كما حدثت تغييرات هائلة فى المؤسسات السياسية والدينية ، كنتيجة للقدرة على الكتابة والتسجيل وتم فتح المكتبات العامة، وسُجلت التعاليم والنصوص الدينية ، وأقيمت المدارس لتعليم القراءة والكتابة ، حتى إن العلوم والفنون بدأت تتطور أيضاً ، وأمكن تسجيل وسائل العلاج الناجحة للأمراض ، وأيضاً الملاحظات العديدة للأحوال الطبيعية وتفسيراتها . وتحرر العقل البشرى من عبء حفظ وتذكر تراث حضارات بأسرها وإعادة طرحها على عقل وذاكرة كل جيل جديد. وأصبح من الممكن تسجيل الأفكار وتراكم رصيد المعرفة الإنسانية جيلاً بعد جيل . وكانت هذه هى الخطوة الكبرى إلى الأمام فى مسيرة الجنس البشرى عبر عصر الكتابة ) .

**ثالثا : مرحلة الطباعة :**

كانت ألمانيا هى مهد المرحلة الخامسة من مراحل تطور وسائل الاتصال وهى " الطباعة " ؛ فأول من اخترع واستخدم الطباعة هو الصائغ والعالم الألمانى " يوحنا جوتنبرج " فى مدينة " مينز " ، فبعد تجارب عديدة طور جوتنبرج فكرة

عمل ختم من الصلب لكل حرف بحيث يكون الحرف محفورا بدقة وبطريقة معينة ، وبعد ذلك قام بطبع صورة هذا الحرف عن طريق الضغط على مربع من معدن أكثر ليونة مثل النحاس الأصفر ، وكان يقوم بوضع قالب من الصلصال حول الأثر الذى تركه الحرف المصنوع من الصلب على النحاس حتى يقوم بعد ذلك بصب الرصاص المنصهر فيه لعمل قالب مصبوب من الحرف . وهذا القالب يمكن استخدامه أكثر من مرة لصب أى عدد من الحروف يحتاجها عامل الطباعة . وبعد ذلك يمكن رص الحروف وجمعها فوق لوحة لتشكيل كلمات وجمل . ويتم تضبيط هذه الحروف بإحكام حتى لا تتحرك ثم تحبيرها وتضغط عليها قطعة من الرق أو الورق فتنتج صورة واضحة تماماً . وقد اتضح أن معدن الرصاص لين أو طرى أكثر من اللازم. ولكن جوتنبرج اكتشف ، فى النهاية ، طريقة لخلط الرصاص بمعادن أخرى لعمل نوع من السبيكة التى حققت نتائج ممتازة .

وكانت المشكلة الوحيدة المتبقية هى المطبعة ، فقد كان نموذج المطبعة اليدوية التى تعمل بالضغط اللولبى قديماً . وكان استخدام هذا النموذج كآلة للضغط شائعاً لعدة قرون فى مجال عصر الزيتون لاستخراج الزيوت وعصر العنب للحصول على النبيذ . وقد حصل جوتنبرج على آلة ضخمة لعصر النبيذ وأدخل عليها تعديلات كثيرة مثل توفير سطح توضع عليه لوحة الحروف، وسطح أملس للضغط على الورقة التى ستتم الطباعة عليها . ولأن كل شىء كان يجب صفه وترتيبه بدقة تصل إلى جزء من البوصة ، فقد كان من الضرورى عمل تجارب عديدة . وفى النهاية ، قام جوتنبرج بتشغيل هذه المطبعة بنجاح بعد أن وضع الحبر على الحروف واستخدم الحواجز الملائمة لضمان ثبات لوحة الحروف وعدم تحرك صفوف الحروف بداخلها ، وكانت النتيجة رائعة حيث ظهرت الحروف واضحة ونظيفة ، ولم تكن هناك أخطاء كتلك التى كانت شائعة أثناء استخدام طريقة النسخ اليدوى .

ورغم ذلك ، كان جوتنبرج يشعر بالقلق لأنه لم يكن واثقاً من أن اختراعه ، الذى استغرق منه ٢٠ عاماً لإكماله ، سوف يحظى بالانتشار على نطاق واسع ، كذلك ، كان جوتنبرج قلقاً من أن يفضل القادرون على شراء الكتب النماذج المنسوخة يدوياً وأن ينظروا إلى اختراعه على أنه نوع من التقليد الرخيص . وقد كان ذلك أحد الأسباب التى دفعته إلى أن يكون مشروعه الأول هو طبع إنجيل مُزيَّن بأشكال جميلة ، فقد شعر أنه سيكون قادراً على بيعه للأغنياء . وأثبتت الأيام أن تجربة جوتنبرج كانت ناجحة بشكل مذهل ، وكان الإنجيل الذى طبعه جوتنبرج هو أروع أمثلة فن الطباعة التى تم إنجازها على الإطلاق .

ومن المَحزِن أن جوتنبرج لم تتح له الفرصة للاستمتاع بثمار عبقريته وقدرته على التخيل . فقد اقترض أموالاً كثيرة من محاميه فى أثناء تطويره لاختراعه . وبينما كان فى المرحلة الأخيرة من مشروعه الأول – طباعة الإنجيل الشهير – طلب منه محاميه سداد ديونه ورفع ضده دعوى فى المحكمة وانتزع منه ملكية الورشة والمطبعة وكل ما يتعلق باختراعه الجديد بما فى ذلك ٢٠٠ نسخة مطبوعة من الإنجيل إلى جانب ممتلكاته بالكامل . وبعد سنوات مات جوتنبرج فقيراً معدماً ، ولم يعرف أبداً أى خدمة كبرى قدمها للبشرية باختراعه العظيم ) .[٤٣]

ومع مولد القرن السادس عشر ، كانت المطابع التى تعمل بطريقة الجمع اليدوى للحروف تنتج آلاف النسخ من الكتب المطبوعة على الورق . وكان يتم نشر وتوزيع هذه الكتب بجميع اللغات الأوربية ، وهكذا أصبح من الممكن أن يقرأها أى شخص مُلِمّ بلغته الأصلية . وأدى انتشار هذه الكتب إلى زيادة الاهتمام بتعلم القراءة .

وفى الوطن العربى ، كانت حلب فى سورية أول مدينة عربية يطبع فيها كتاب بالحروف العربية عام ١٧٠٦ م .

---

[٤٣] كمال عبد الرءوف ، نقلا عن (ملفين . ل. ديفلير) ، المرجع السابق .

ولم تشهد الولايات المتحدة الأمريكية الطباعة إلا فى القرن السابع عشر الميلادى على يد المستوطن الإنجليزى " ستيفن داى ".[٤٤]

**سمات وخصائص مرحلة الطباعة :**

يوجز د. حمدى حسن سمات وخصائص مرحلة الطباعة – نقلا عن عالم الاجتماع الأمريكى " تشارلز هورتون كولى" –فى العبارة التالية :[٤٥]

[ هناك أربعة عوامل جعلت هذه الوسائل الجديدة أكثر تأثيرا من أية عمليات اتصالية فى تاريخ الإنسان من قبل . هذه العوامل هى :

- القدرة على التعبير ونقل كم هائل ومتنوع من الأفكار والمشاعر .
- التغلب على الزمن بتسجيل وحفظ المعلومات .
- التغلب على المكان من خلال مرونة وسرعة الحركة .
- الانتشار بحيث تتيح المعرفة لكل الطبقات فى المجتمع ] .

وقد شهدت مرحلة الطباعة عدة مراحل متعاقبة هى :

- مرحلة الطباعة على الألواح الخشبية والحجر .
- مرحلة الطباعة اليدوية بالأحرف المعدنية المنفصلة .
- مرحلة الطباعة الدوارة باستخدام ماكينات الطباعة ( الروتاتيف ) .
- مرحلة الميكنة فى الطباعة باستخدام آلات جمع الحروف " اللينوتيب والمونوتيب " .
- مرحلة الطباعة عن طريق الحفر على الزنك والطبع الغائر .
- مرحلة الطباعة بأسلوب ( الأوفست ) .
- مرحلة الطباعة عن طريق التصوير الإلكترونى .

---

[٤٤] خليل صابات ، تاريخ الطباعة ، القاهرة : دار المعارف ، ١٩٦٩ .

[٤٥] حمدى حسن ، مقدمة فى دراسة وسائل وأساليب الاتصال ، القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٨٧ .

## الفرق بين الاتصال الشفاهي
## والاتصال عن طريق الكتابة

يميز د. منير حجاب الفروق الجوهرية بين الكتابة من ناحية والاتصال المنطوق من ناحية أخرى وفقا للفروق التالية :

١- إن الكتابة لا تنمحي على مر الأيام والسنين . وهي لذلك أقدر على ربط الأجيال المتعاقبة بتراثها . فالحديث الشفهي قد يتناقل لفترة من الزمن ، ولكن من المحتمل جداً أن ينساه الناس وهم يتناقلونه من جيل إلى جيل .

٢- إن الكتابة أكثر أمانة على النص من الحديث الذي تتاح الفرصة للتشكيك في دقته وصحة نسبته إلى صاحبه .

٣- تعمل الكتابة على نقل المعلومة إلى عدد أكبر من الناس مما ينتجه الحديث .

٤- تسمح الكتابة بالرجوع إلى المعلومات وقت الحاجة .

٥- تسمح بتوصيل جميع المعلومات المراد إيصالها ، سواء أكانت تعليمات أم أوامر أم بيانات أم إحصاءات ، وتقديمها بصورة تفصيلية واضحة ، وبفاعلية إلى أفراد الجمهور المقصود .

ويرى نفس المصدر أن الحديث يتفوق عن الكتابة في عدة نواح هي :

# الكتابة أصعب من الحديث ... وليس أدل على ذلك أن الطفل يتعلم الحديث في وقت مبكر في حياته .. ويتأخر تعلمه للكتابة عدة سنوات قد تصل إلى عشر سنوات ، ليتمكن من استخدامها كوسيلة للاتصال مع الآخرين .

# إن الكتابة عملية بطيئة تستغرق وقتاً وجهداً أكبر بكثير مما يستغرقه الحديث .

# إن الكتابة عملية باردة في معظمها ، إذ ينقصها الدفء والحيوية اللذان تحسهما في الحديث .

**مهارات الكتابة**

يحدد نفس المصدر[٤٦] مهارات الكتابة فيما يلي :

**أ) مهارات تتعلق بالمظهر العام للنص الكتابي :**

١- استعمال الألفاظ أو الرموز التي يستطيع المستقبل فهمها والتجاوب معها ... أما الارتفاع فوق مستوى المستقبل ، أو الهبوط دون مستواه ، فإنه يفسد عملية التناغم . ولهذا فلابد لنا من التعرف على الإطار الدلالي لجمهور المستقبلين ، لتقديم رسالة تتفاعل مع الجمهور في نطاق هذا الإطار نفسه .

٢- أن تتوافر للنص من حيث الإعداد المقومات الفنية التي تساعد على زيادة فاعليته ... وفي هذا الإطار ينصح علماء اللغة بضرورة الالتزام بمجموعة من الضوابط الخاصة ببناء النص الكتابي ... سواء أكانت خبرا أم مقالا أم تحقيقا أم حديثا صحفيا أم خطبة..أم حديثا رسميا ... وتستهدف إيصال معلومات محددة من خلالها إلى القارىء .

**ب) مهارات تتعلق بالكلمات والألفاظ:**

**× مهارات استخدام الكلمات والألفاظ:**

- تجنب استخدام الكلمات التي تعطى أكثر من معنى ، إلا إذا كانت مقصودة ومثالها الأحاديث السياسية .
- تجنب الكلمات المعقدة والصعبة وغير صحيحة الاشتقاق .
- تجنب استخدام المصطلحات غير الواضحة ، أو غير الشائعة ، وكذلك الكلمات المجهولة لغالبية القراء ، وغير الفصيحة .

---

[٤٦] محمد منير حجاب ، مهارات الاتصال ، مرجع سابق .

- تجنب استخدام الكلمات الزائدة ، كأدوات التعريف التى لا لزوم لها ... والصفات وظروف المكان والزمان وأحرف الإضافة وحروف الربط التى لا ضرورة لها ، وأيضا الكلمات المكررة دون الهدف .
- تجنب استخدام أفعل التفضيل والجمع المركب .. فالطريق تجمع على طرق لا طرقات .
- استعمال التثنية فى مواضعها الصحيحة ... فمن الخطأ [سار على أقدامه] والأصح [سار على قدميه] .
- تجنب الكلمات التى لا تتناسب مع نوعية المادة التحريرية وادراك القراء .
- استخدام الكلمات التى تتناسب مع بعضها دون تضاد أو تنافر .
- استخدام الكلمات المعروفة الشائعة مثل الديمقراطية والاستراتيجية .
- تجنب استخدام الألفاظ البراقة التى تستخدم لتهويش القارىء ... والكلمات التى قد ينخدع بها القارىء عن التفكير أو المطالبة بالأدلة والبراهين .
- تجنب استخدام الألفاظ المجازية التى تعطى معانى لا يريد الكاتب إظهارها بصراحة .

× **مهارات استخدام العبارات والجمل :**

ينبغى توفر المهارات التالية عند صياغة الجمل والعبارات :

- صحة العبارة أو الجملة من زاوية قواعد اللغة العربية .
- تماسك الكلمات والروابط والأدوات والأسماء والأفعال المكونة لنسيجها .
- عدم تكرار كلمة واحدة فى عبارة واحدة دون ضرورة لذلك .
- الإيجاز فلا تزيد فى معظم الأحوال عن عشر كلمات ، ولا تتضمن إلا الكلمات الضرورية فقط .
- عدم التشابه فى حروف كلماتها ، أو تكرار الحروف نفسها بدرجة ملحوظة بين كلمة وأخرى .

- الوضوح التام بأن تكون سهلة الإدراك والفهم للقارىء .
- ارتباطها بالفكرة الأساسية أو ما يتفرع عنها ، وأن تضيف كل عبارة جديدا .
- أن تكـون جذابـة رصينة وقويـة فـى التعـبير عـن المقصـود ، وعـن المعـنى المناسب فقط ، فعدم الدقة يؤدى إلى الغموض .
- إذا فُهمت الجملة أو الفقرة من السياق فليست هناك داع للتكرار .
- لا تذكر الحقائق المعروفة ، فهى تشغل مكانا ، وتضايق القراء .
- استخدام المبنى للمعلوم بدلا من المبنى للمجهول ، والأسلوب المباشر أفضل من الأسلوب غير المباشر .
- ألا تحتوى الجملة إلا على فكرة واحدة فقط ومتكاملة .

× **مهارات صياغة الفقرات :**

- أن تتناسب لغتها الصحيحة نحوا وأسلوبا مع طابع المادة التى تتناولها ... وخاصة إذا كانت من المواد العلمية أو العسكرية أو الاقتصادية أو السياسية وغيرها من المواد التخصصية .
- أن يكـون طولها مناسبا لما تحتويه من مضمون ، ولطول المادة التى تمثل جزءا منها .
- أن يحس القارىء بمطالعتها أنها قدمت له فائدة ما .. إعلامية أو تفسيرية أو توجهية أو تعليمية....الخ .
- أن تتضمن كل فقرة جديدا عما قدمته الفقرة السابقة .
- أن تكون مستقلة بمضمون ما ، أو بفكرة ما حسب نوع الموضوع .
- أن تكون واضحة ومفهومة وسلسة .
- ألا يحدث الاختلاف أو التناقض أو التعارض بين عباراتها وكلماتها ، أو بين جزئيات الفكرة التى تتناولها وبين عناصرها المختلفة .
- ألا تكون قصيرة إلى الحد الذى يجعلها لا تعبر عن المعنى المقصود .
- أن تكون عباراتها وكلماتها مترابطة ومتماسكة .

- أن يقل بقدر الإمكان بين ثناياها استخدام عبارات الربط والعلامات الدالة على الإستفهام أو التعجب وغيرها ، ما لم تكن هناك حاجة فعلية إلى ذلك .
- تقديم الأمثلة التي توضح المعنى الذى يقصده الكاتب .
- أن تبدو الرسالة باعتبارها صادرة عن مصدر محدد .
- أن توضح أن المصدر لديه معرفة ودراية بالشيء الذى يتناوله .
- استخدام المقارنات التي تساعد على الوضوح .
- أن تتسم بالتنوع في استخدام أشكال التأييد والأساليب البلاغية المناسبة ، كالجناس والطباق والاستعارة والكناية وأساليب التقديم والتأخير والتعجب والتساؤل ، وذلك بطرح أسئلة والإجابة عليها .... أو ما يسمى بالأسلوب الاستدلالي ، وكذلك ايضا استخدام الأسلوب الاستفساري بعرض الحقائق ثم تفسيرها .... وغير ذلك من الأساليب التي تشوق القارىء وتحفزه للاطلاع على محتوى الرسالة .
- أن تصمم الرسالة بطريقة تتفق وشكل الاتصال المستخدم ، فإذا صيغت المادة في شكل مقالة فهناك الضوابط الخاصة بتحرير المقال بالنسبة للمقدمة والمتن والخاتمة ، وإذا قدمت الرسالة في شكل إخباري روعيت شروط تحرير الأخبار والأسس الفنية لاختيار الأخبار .

**× مهارات تتعلق بشخصية الكاتب :**

- أن يكون مقتنعا بالموضوع أو المادة التي يقدمها وبما يسعى إلى تحقيقه من أهداف .
- أن تتسم اتجاهاته بالإيجابية نحو هذا الموضوع .
- ان يقدم الرسالة ويعالجها بطريقة تتفق ومستوى الجمهور وخصائصه واتجاهاته ورغباته وحالته النفسية وقت استقبال الرسالة ، وفي الوقت الملائم تماما .

- أن يكـون ملما بمختلف جوانب الموضوع ، وأن يتسم بالدقة في تحضيره وبحثه لموضوعه وفيما يقدمه من تفسيرات ، حتى يضمن الاتجاه الايجابي للجمهور نحوه .
- أن يكـون موضع ثقة واحترام وتقدير الجمهور الذى يتوجه إليه بالرسالة ... وموضع تأييدهم .
- أن تـتوافر لديـه المهـارات الاتصـالية اللازمـة لـنقل رسـالته إلى الجمهـور وبصـورة ملائمـة لتحقيق غـرض الاتصـال .... وبصفة خاصة ينبغي أن تعكس هـذه الرسـائل قـدرة المصـدر علـى التكـيف مـع الموقـف الاتصـالي للقـائم بالاتصـال .... والوعـي بأثـر الرسـالة ونـتائجها والقـدرة علـى الحساسـية والاستجابة للآخرين .
- أن تبدو الرسالة باعتبارها صادرة عن مصدر محدد له خلفية مشابهة لخلفية الجمهور ، ومصالح واهتمامات مشابهة لهم ، واتجاهات وآراء متقاربة معهم ، ويحظى بالجاذبية والحب المتبادل من قبل أفراد الجمهور .
- أن تصمم الرسالة بالصورة التى تعكس فهم الجمهور لرسالته ، وقدرته على إدراك مضمونها ، وبما يتفق مع المهارات الاتصالية للجمهور نفسه .
- أن يكـون عـلى درايـة بكافـة أنـواع الوسـائل الاتصـالية .... وخصائصـها المختلفة حتى يتمكن من اختيار الوسائل المناسبة لتوصيل فكرته ، وفقا لطبيعة الموضوع والجمهور والامكانات المادية المتاحة وقدراته الفنية .... وفي الوقت المناسب ، وأن يختار الوسائل التى تساعد على فهم الجمهور للرسـالة وادراك مضـمونها .... وعـلى إدراك التأشيرات الـناتجة عـن قـيمة وثقافته وخبراته ومهاراته وأهدافه وتطلعاته ومركزه في التنظيم الاجتماعي وخصائصه النفسية بما يمكنه من الإعداد الأمثل لرسالته ، واختيار الوسيلة بالشكل التى يحقق أهدافه من الاتصال .

× **مهارات تتعلق بالجمهور القارىء:**

- إرتباط المعلومات المقدمة باحتياجات الجمهور ، وأن تتضمن الفوائد والمكاسب التى تعود عليهم .... وهذا يعنى أن تتضمن المادة الإعلامية كل ما يهم ويتعلق باحتياجات الجمهور ، حتى تضمن استجابته ، وتعنى من ناحية أخرى بناء الرسالة على ضوء خبرات المستقبل .
- إرتباط الرسالة الاعلامية بالتصورات القائمة لدى الجمهور ، فالمستقبل يضع فى ذهنه قيما تتعلق بتصوراته المختلفة .... فإذا استقبل مادة لا تتفق وهذه القيم أو تتنافر معها .... فإنها تواجه بمقاومة شديدة .... وقد يهملها تماما أو يتجنبها أو يهاجم مصدرها .... أو يحرفها ويسىء فهمها ، وبالتالى لا تحقق التأثير المطلوب ... بخلاف المادة التى تتفق وتصورات المستقبل ... ويلاحظ بالنسبة للرسائل التى تقدم معلومات جديدة بالنسبة للمستقبل أنها لا تواجه بمقاومة شديدة ، بل يتقبلها وتساعده على تكوين رأى حيالها .
- مناسبة أسلوب الرسالة لمستويات الجماهير الثقافية المختلفة ، وأن تستعمل فيها العبارات والكلمات المألوفة للجمهور الذى تخاطبه ، وأن تتناسب ومستويات الجمهور العقلية وآماله وطموحاته .
- يختلف تصميم الرسالة الاعلامية ومحتواها وفقا لفئات الجمهور الذى تخاطبه ... فأسلوب مخاطبة الجمهور الداخلى يختلف عن أسلوب الخطاب للجمهور الخارجى .... والرسالة الموجهة للجمهور عامة يختلف بناؤها عن تلك التى نتوجه بها لقادة الرأى وهكذا ...
- يلزم توافر حالة استعداد من قبل الأطراف المشتركة فى عملية الاتصال لقيام الاتصال أصلا ... وتوافر دافع قوى للنجاح ... لضمان المرونة الكافية لاستجابة الطرفين ، بحيث يصبحان قادرين على استمرار التصرف فى حالات الغموض وعدم التيقن .... ولضمان الإنسجام بينهما فى الأهداف والقيم ، لتتضاءل فرص الصراع التى من شأنها إثارة العدوات الشخصية بينهما لأدنى حد ممكن .

**" تم بحمد الله تعالى "**

## بيان بالأشكال والرسوم التوضيحية

## المصادر والمراجع


(١) " القرآن الكريم " سورة الحجرات ، الآية (١٣) .

(٢)محمود يوسف مصطفى ، العلاقات العامة والإعلام في الإسلام ، المملكة العربية السعودية ( جدة ) : مكتبة مصباح، ١٩٨٩.

(٣) سميح عاطف الزين ، قصص الأنبياء في القرآن الكريم ، لبنان ( بيروت ) : دار الكتاب اللبناني ، ١٩٨٨ .

(٤) سمير محمد حسين ، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام ، القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٨٤ .

(٥ : ٨ ) عاطف عدلي العبد ، الاتصال والرأي العام ، القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٩٣ .

(٩) عبد الفتاح محمد دويدار ، سيكولوجية الاتصال والإعلام ، الإسكندرية : دار المعرفة الجامعية ، ١٩٩٦ .

(١٠) محمود عبد الرءوف كامل ، ونجيب الحصادي ، مقدمة في علم الإعلام والاتصال بالناس ، القاهرة : مكتبة نهضة الشرق ، ١٩٩٥ ، نقلا عن برنت روبن ، الاتصال والسلوك الإنساني .

(١١) زيدان عبد الباقي ، وسائل وأساليب الاتصال في المجالات الاجتماعية والتربوية والإدارية والإعلامية ، القاهرة : مكتبة النهضة المصرية ، ١٩٧٩ .

(١٢) حسن عماد مكاوي ، وليلى حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، ١٩٩٨ .

(١٣) محمد كمال القاضي ، الدعاية الانتخابية ، القاهرة : المؤلف ، ١٩٩٥ .

(١٤ : ١٥) سامية محمد جابر ، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث ، الإسكندرية : دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٦ .

( ١٦ : ١٧ ) حسن عماد ، وليلى حسين ، المرجع السابق .

(١٨) مصطفى حجازي ، الاتصال الفعال في العلاقات الإنسانية والإدارة ، لبنان ( بيروت ) : المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، ١٩٩٠ .

(١٩) عبد الفتاح محمد دويدار ، المرجع السابق .

(٣٠) جون . و . بيتنر ، الاتصال الجماهيري ، ترجمة : عمر الخطيب ، لبنان ( بيروت ) : المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، ١٩٨٧ .

(٣١) أحمد بدر ، الاتصال بالجماهير والدعاية الدولية ، الكويت : دار القلم ، ١٩٧٤ .

(٣٢) محيي الدين عبد الحليم ، الرأي العام في الإسلام ، القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٩٠ .

(٣٣) محمد نصر مهنا ، وعبد الرحمن الصالحي ، علم السياسة بين التنظير والمعاصرة ، الأسكندرية : منشأة المعارف ، ١٩٨٥ .

(٣٤ : ٢٧) محمد كمال القاضي ، الدعاية الانتخابية ( دراسة نظرية وتطبيقية ) ، القاهرة : المؤلف ، ١٩٩٥ .

(٢٨ : ٣٠) محمود يوسف مصطفى ، العلاقات العامة والاعلام في الاسلام ، المملكة العربية السعودية ( جدة ) ، ١٩٨٩ .

(٣١) مصطفى ملائكة ، في أصول الدعوة " مقتبسات من كتب د. يوسف القرضاوي "، القاهرة : مكتبة وهبة ، ١٩٩٩ .

(٣٢ : ٣٤) محمد كمال القاضي ، الدعاية السياسية والحرب النفسية ، القاهرة : المركز الإعلامي للشرق الأوسط ، ٢٠٠١ .

(٣٥) عاطف عدلي العبد عبيد ، مدخل إلى الاتصال والرأي العام ، القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٩٩ .

(٣٦ : ٣٧) عبد الفتاح عبد النبي ، المؤثرون : دراسة نموذج أئمة المساجد في بناء الاتصال ، القاهرة : مكتبة النهضة المصرية ، ١٩٩٥ .

(٣٨) محمد منير حجاب ، مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة ، القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، ١٩٩٩ .

(٣٩) الحافظ عماد الدين أبو الفداء اسماعيل بن كثير القرشي الدمشقي ، تفسير القرآن العظيم – الجزء الرابع – ، القاهرة : مكتبة دار التراث ، غير معلوم سنة النش

(٤٠) ملفين – ل – ديفلير ، نظريات وسائل الاتصال ، ترجمة : كمال عبد الرءوف ، القاهرة : الدار الدولية للنشر والتوزيع ، ١٩٩٣ .

(٤١) محمد حماد ، تعلم الهيروغليفية : لغة مصر القديمة وأصل الخطوط العالمية ، القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٩١ .

(٤٢) ملفين . ل . ديفلير ، المرجع السابق .

(٤٣) كمال عبد الرءوف ، نقلا عن (ملفين . ل. ديفلير) ، المرجع السابق .

(٤٤) خليل صابات ، تاريخ الطباعة ، القاهرة : دار المعارف ، ١٩٦٩ .

(٤٥) حمدى حسن ، مقدمة فى دراسة وسائل وأساليب الاتصال ، القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٨٧ .

(٤٦) محمد منير حجاب ، مهارات الاتصال ، مرجع سابق .

# الكتب والمؤلفات

## ( التى أصدرها المؤلف )

١- النظام البرلمانى المصرى - ( مدبولى عام ١٩٨٧).

٢- الأوضاع المقلوبة " مجموعة قصص قصيرة " - الهيئة المصرية العامة للكتاب عام ١٩٨٧ .

٣- شرح قانون انتخاب مجلس الشعب ، عام ١٩٨٩ .

٤- دليل انتخابات مجلس الشورى ، عام ١٩٨٩ .

٥- الطريق إلى روما ، عام ١٩٩٠ .

٦- الدعاية الانتخابية ، عام ١٩٩٦ .

٧- المنوفية : الأرض الطيبة - كتاب إعلامى عن محافظة المنوفية - تأليف مشترك - عام ١٩٩٧ .

٨- التشريعات الإعلامية - الطبعة الأولى عام ١٩٩٨ والطبعة الثانية عام ٢٠٠٠ .

٩- الدعاية السياسية والحرب النفسية ، المركز الإعلامى للشرق الأوسط عام ٢٠٠١ .

١٠- العلاقات العامة : " الاتصال - التنظيم - الإدارة " - المركز الإعلامى للشرق الأوسط عام ٢٠٠١ .

١١- مقدمة فى الاتصال الاعلامى ، عام ٢٠٠٢ .

# المؤلف

❖ مدرس الإعلام والعلاقات العامة بقسم الإعلام ( كلية الآداب – جامعة حلوان ) ، وبكلية الإعلام ، والمعهد العالى للإعلام وفنون الاتصال ( جامعة ٦ أكتوبر ) .

❖ محاضر بدبلوم الدراسات العليا " قسم العلاقات العامة " بكلية الإعلام ( جامعة القاهرة ) ، وبقسم الإعلام بكلية الآداب ( جامعة عين شمس ) وبقسم الصحافة بكلية الآداب جامعة المنوفية .

❖ عضو اتحاد الكتاب .

❖ الأمين العام المساعد لاتحاد الكتاب الأفرو أسيوى .

❖ نائب رئيس مجلس إدارة جمعية الصداقة العربية الكورية .

❖ نائب رئيس مجلس إدارة الجمعية العربية للفنون والثقافة والإعلام.

❖ عضو اللجنة المصرية للتضامن الأفرو أسيوى .

❖ لواء شرطة سابق .

❖ خبير أمنى ( قام بتقديم دراسات وإلقاء محاضرات فى موضوعات : أمن الوثائق والمستندات – الإعلام العسكرى – القضاء العسكرى – التنظيم الإدارى الأمنى فى دول : الكويت – الإمارات العربية – المملكة العربية السعودية ) .

" كتابة كمبيوتر "
أ. هشام فتحى
ت.منزل : ٢٣٣١٣٦٠
ت. محمول : ٠١٢٤٢٠٨٨٦٧

الناشر

المركز الإعلامى للشرق الأوسط

( سمير عبد الوهاب )

٤٦ ش البستان — القاهرة

ت وفاكس : ٣٩٢٣٠٤٩

رقم الإيداع ٢٠٠٢/٨٥٦٠